

EVALUASI VALUE PROPOSITION PERUSAHAAN CONRESCA

Justin Wijaya dan Liliani

Jurusan Manajemen Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra

E-mail: jwijaya02@student.ciputra.ac.id & liliani@ciputra.ac.id

Abstract: *Conresca is a company which runs in property industry, and has been established since February 2013. Recently, Conresca's Value Proposition is to provide modified container building to fulfill the needs of Indonesian people. After a few years operational, in fact there are a lot of modified container products that cannot be sold successfully. Therefore, in this research, there will be done an evaluation towards Conresta's value proposition by doing profiling customer to Conresca's consumers in order to find out the needs, problems and expectations of the consumers. The research is done by qualitative with semi-structured interview method. The informants of this research are Conresca's consumers so that the researcher can do the customer profiling, Conresta internal company in order to find out the perspective of value proposition which has been run, and the owner of the same type company in order to find out the things which have been applied at Conresta company. Based on the customer profiling that has been done, consumer needs are using container as alternative of fulfilling property needs. The consumers' problems are difficulties in doing design and limited product knowledge. The consumers' expectations are by having full service from the beginning until the end and after sales like periodic improvement. Conresta company can consider by using checklist to find out the level of customer satisfaction and things that need to be evaluated, Conresta can also do product knowledge investment through online from instagram and does not wait consumers who chase Conresca, but internal Conresta has to be more active to follow up every certain time period.*

Keywords: *Customer profiling, evaluation, value mapping, value proposition*

Abstrak: Conresca adalah sebuah perusahaan yang bergerak di industri properti, dan sudah berdiri sejak Februari 2013. *Value proposition* Conresca saat ini adalah menyediakan bangunan *modified container* guna memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Setelah berjalan beberapa tahun, ternyata cukup banyak produk *modified container* yang tidak berhasil terjual. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dilakukan evaluasi terhadap *value propisition* Conresca dengan melakukan *customer profiling* pada konsumen Conresca agar mengetahui kebutuhan, kendala dan harapan dari para konsumen. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan wawancara semi-terstruktur. Informan dari penelitian ini adalah konsumen Conresca agar peneliti dapat melakukan *customer profiling*, internal perusahaan Conresca agar peneliti dapat mengetahui perspektif *value proposition* yang sudah dijalankan, dan pemilik dari perusahaan sejenis agar dapat mengetahui hal-hal yang diaplikasikan pada Perusahaan Conresca. Berdasarkan *customer profiling* yang telah dilakukan, kebutuhan konsumen adalah menggunakan *container* sebagai alternatif pemenuh kebutuhan properti. Kendala konsumen adalah kesusahan dalam melakukan desain dan keterbatasan pengetahuan akan produk. Harapan dari konsumen adalah adanya pelayanan *full service* dari awal hingga selesai dan *after sales* seperti perbaikan berkala. Perusahaan Conresca dapat mempertimbangkan menggunakan *checklist* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan hal-hal yang perlu dievaluasi, Conresca juga dapat melakukan penanaman *product knowledge* secara *online* dari instagram dan tidak menunggu konsumen yang mengejar Conresca, tetapi internal Conresca yang harus lebih aktif melakukan *follow up* setiap jangka waktu tertentu.

Kata kunci: *Customer profiling, evaluation, value mapping, value proposition*