



# Membangun Value Proposition Yang Superior

Step By Step Menggunakan Value Proposition Canvas

DISUSUN OLEH:

M. ARIZA EKA YUSENDRA

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Darmajaya

[arizaeka@darmajaya.ac.id](mailto:arizaeka@darmajaya.ac.id)

IG: @Mister Yusen



A man in a dark suit is running through a heavy rainstorm. He is holding a black umbrella in his right hand and a briefcase in his left. Numerous sheets of paper are flying through the air around him, some appearing to be blown away by the wind. The background is dark and rainy, with a large, bright lightning bolt striking down on the right side of the frame. The overall scene conveys a sense of urgency and chaos.

**BUSINESS WITHOUT VALUE  
IS  
DISASTER!**

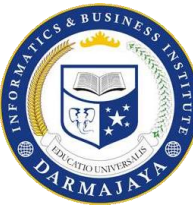


# MASIH INGAT DENGAN BISNIS-BISNIS INI?? TRY TO CONTEMPLATE!!

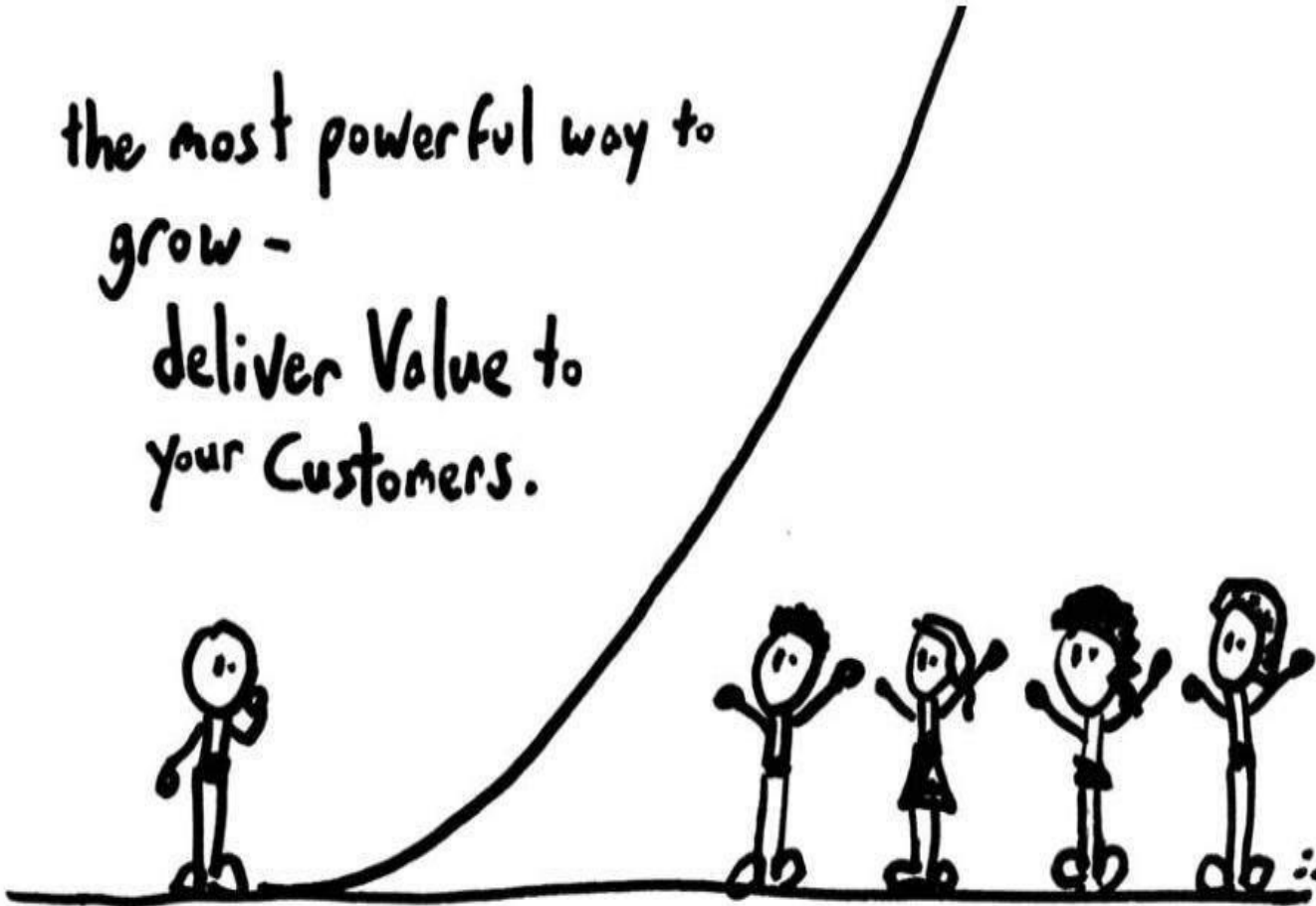




# APA ITU NILAI PELANGGAN!!!



the most powerful way to  
grow -  
deliver Value to  
your Customers.



Nilai pelanggan adalah **selisih nilai pelanggan total** dan **biaya pelanggan total**.

**Nilai Pelanggan Total** adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu.

**Biaya Pelanggan Total** adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan dan membuang produk atau jasa.



**MANFAAT PRODUK/LAYANAN**

***NILAI ADALAH MANFAAT YANG DIHARAPKAN ORANG DENGAN MENGGUNAKAN PRODUK ATAU LAYANAN***



**INKUBITEK**  
INKUBATOR BISNIS DAN TEKNOLOGI  
DARMAJAYA

**CHECK IT GUYS!!**



**Mau Makan Apa Aja ....Jangan Kuatir!!**

**Mau Liburan Kemana Ajah....Gampang Banget!!!**

Aktivitas & Rekreasi | APP only

**Liburan Sempurna ala Traveloka!**

#IniBaruTahunBaru

**KUPON AKTIVITAS & REKREASI**

DOMESTIK	INTERNASIONAL
Rp 50rb*	Rp 100rb*
Kode kupon   AMUSE50K	Kode kupon   AMUSE100K

Periode promo: 22 - 24 Nov 2017  
\*50K berlaku | Dapatkan diskonnnya

**Belanja Belanja sekarang Guampaaaanggg banget!!!**

**tokopedia**

**NGEPRINT DI TOKOPEDIA, KUALITAS TERJAMIN**

Print

Kebutuhan Marketing | Peralatan Kantor | Packaging



## ***“Value proposition adalah alasan mengapa pelanggan memilih kita dibandingkan yang lain”***

Salah satu value proposition yang baik adalah **manfaat yang menyelesaikan permasalahan pelanggan**. Setiap value proposition dirancang untuk **memenuhi kebutuhan dari pelanggan**.

**Alasan yang membuat pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain**



**PRODUCT / SERVICE**



***Describes the benefits customers can expect from your products & services***



**CUSTOMER**



**PRODUCT /  
SERVICE**



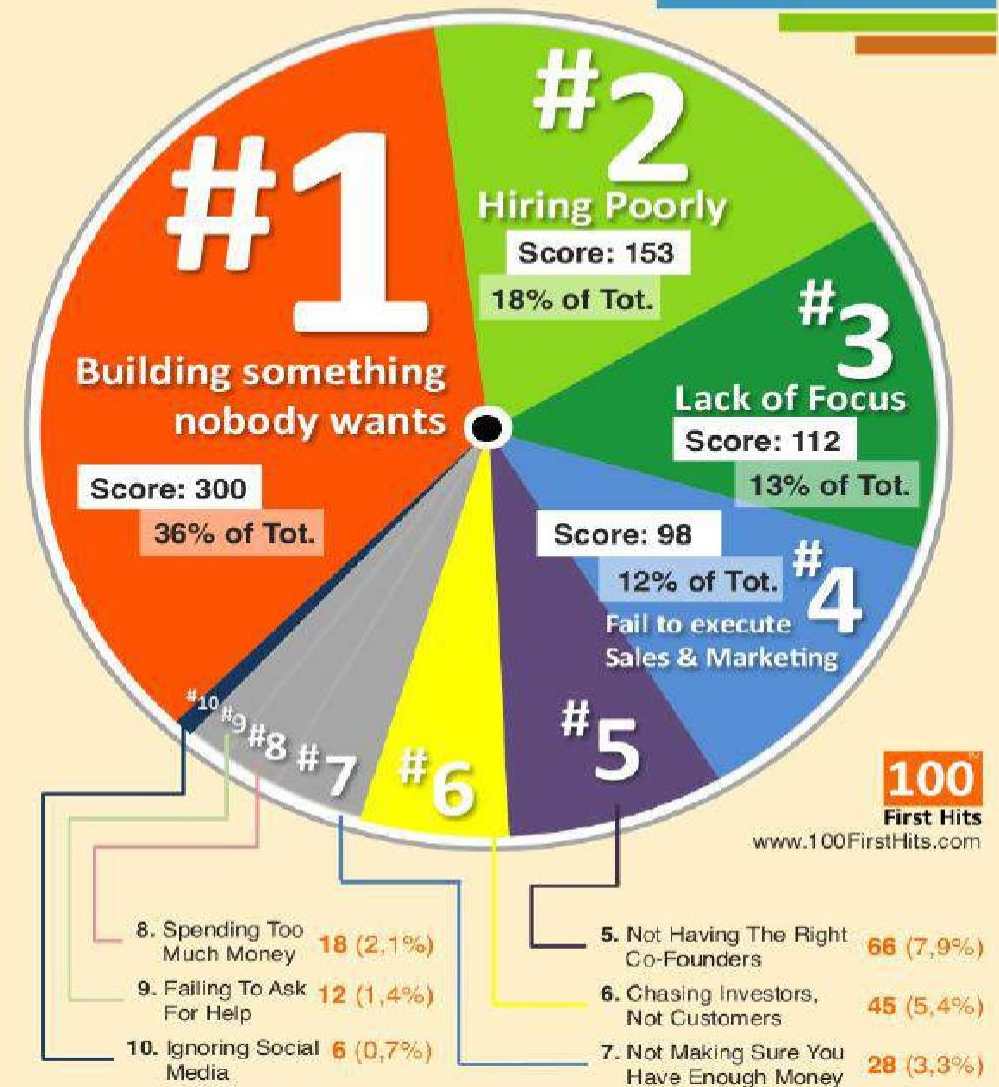
**CUSTOMER**

**“Nggak Gampang Bikin Orang Jatuh Cinta”**

**NOT EASY**

# #1 STARTUP MISTAKE Building Something Nobody Wants

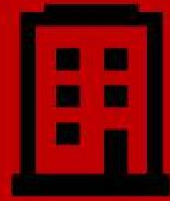
## TOP 10 STARTUP MISTAKES



# BIG CHALLENGE



Startup



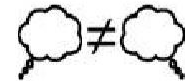
Enterprise



**Wasted time & resources**



**Unproductive meetings**



**Uncommon language**



**Product  
Failure**



***“Perlu pendekatan yang lebih baik untuk menciptakan nilai bagi pelanggan & menurunkan risiko kegagalan pengembangan produk/services!!!”***



# VALUE PROPOSITION CANVAS



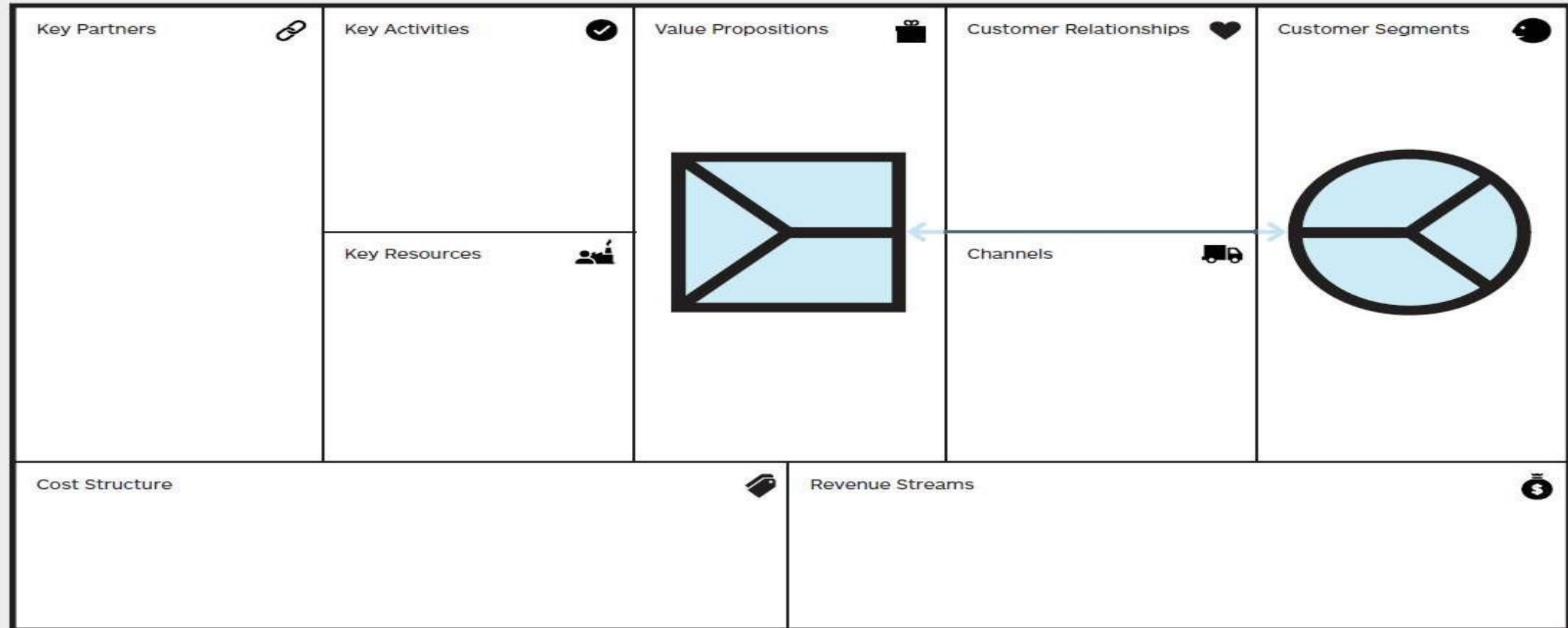
# The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

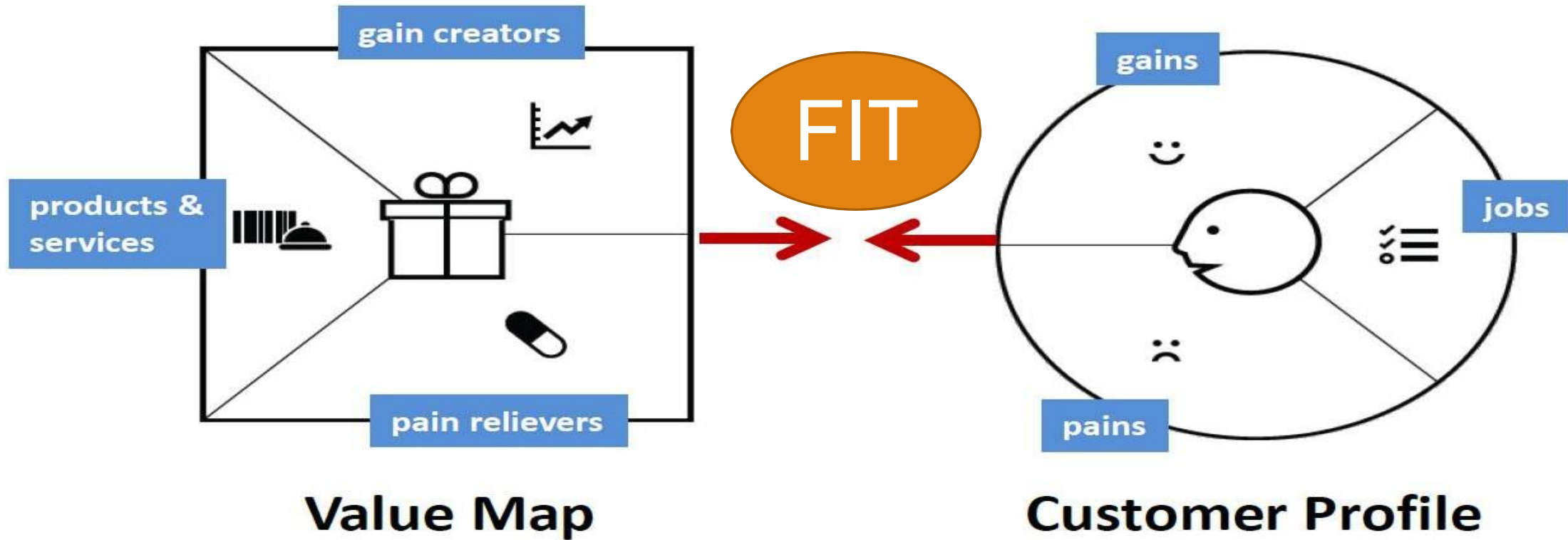


DESIGNED BY: Business Model Foundry AG  
the makers of business Model generation and Strategyzer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.



strategyzer.com

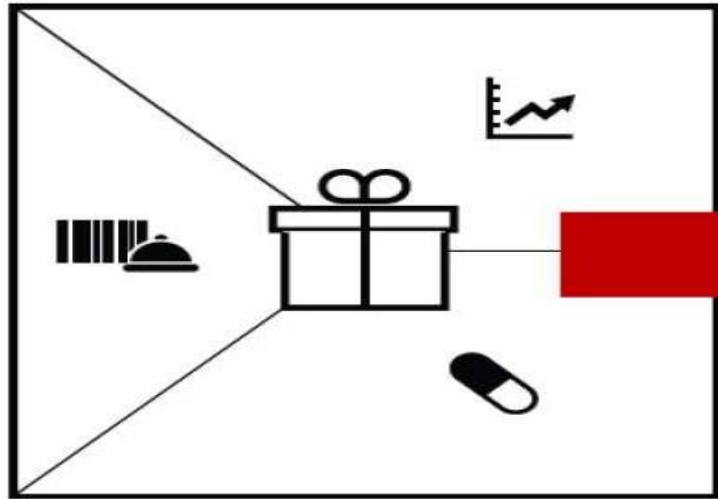


Seperangkat keuntungan atau benefit proposisi nilai yang anda desain untuk menarik pelanggan

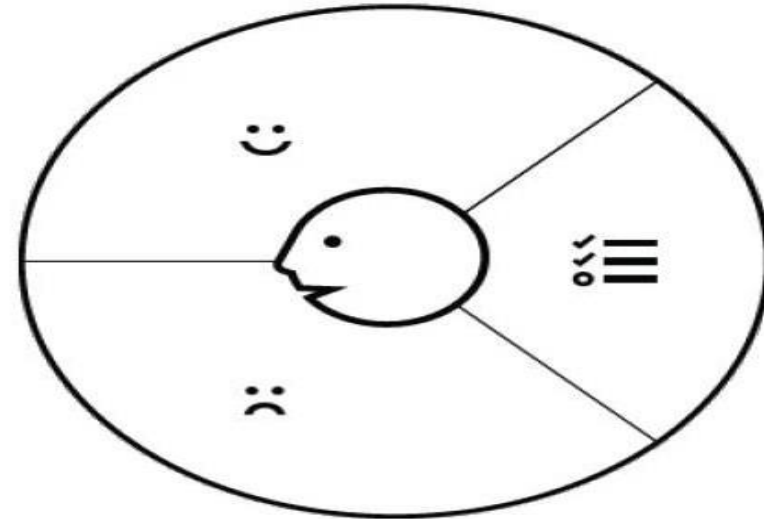
Seperangkat Karakteristik Pelanggan yang anda asumsikan, amati dan verifikasi di pasar



# PRODUCT INSPIRED INNOVATION



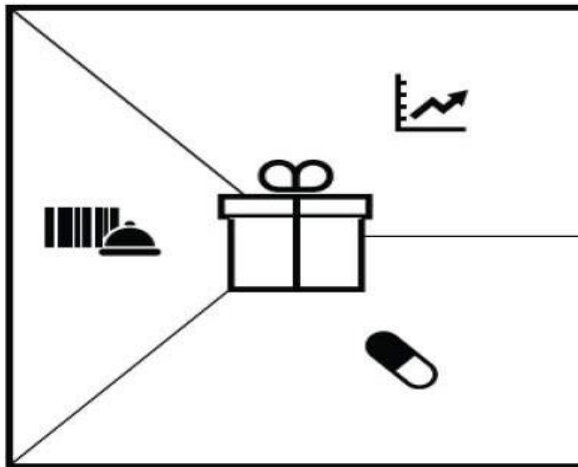
Value Map



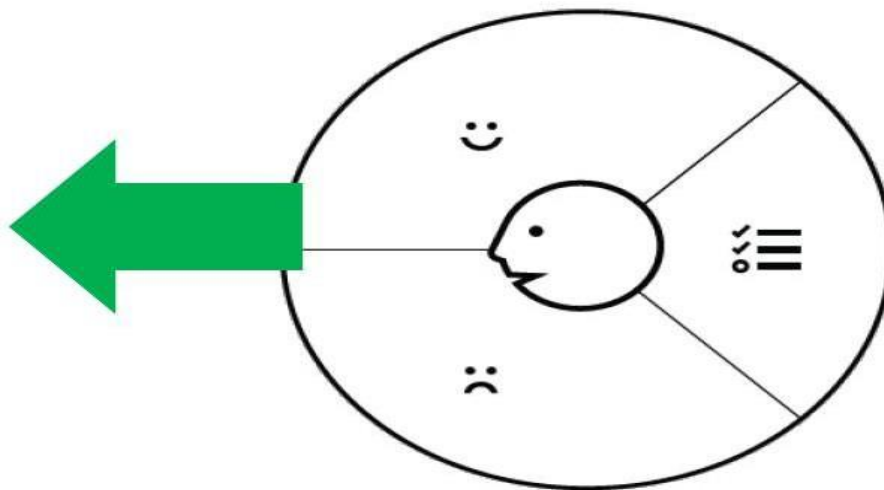
Customer Profile



# **CUSTOMER** INSPIRED INNOVATION



**Value Map**

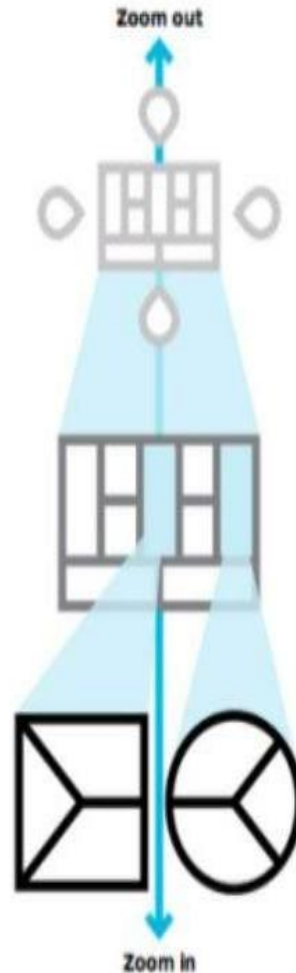


**Customer Profile**





# STEPS BY STEPS BUILDING BLOCKS



The **Environment Map** helps you *understand the context in which you create.*

The **Business Model Canvas** helps you *create value for your business.*

The **Value Proposition Canvas** helps you *create value for your customer.*



# CUSTOMER SEGMENT

## Definisi:

*“ Merupakan Sekelompok orang dan/atau organisasi yang untuknya sebuah perusahaan atau organisasi menciptakan nilai dengan sebuah proposisi nilai yang pasti”*



# MARKET SEGMENTATION



## DEMOGRAPHICS

- Age
- Gender
- Income
- Marital Status
- Ethnic Background



## GEOGRAPHICS

- Local
- National
- Regional
- International



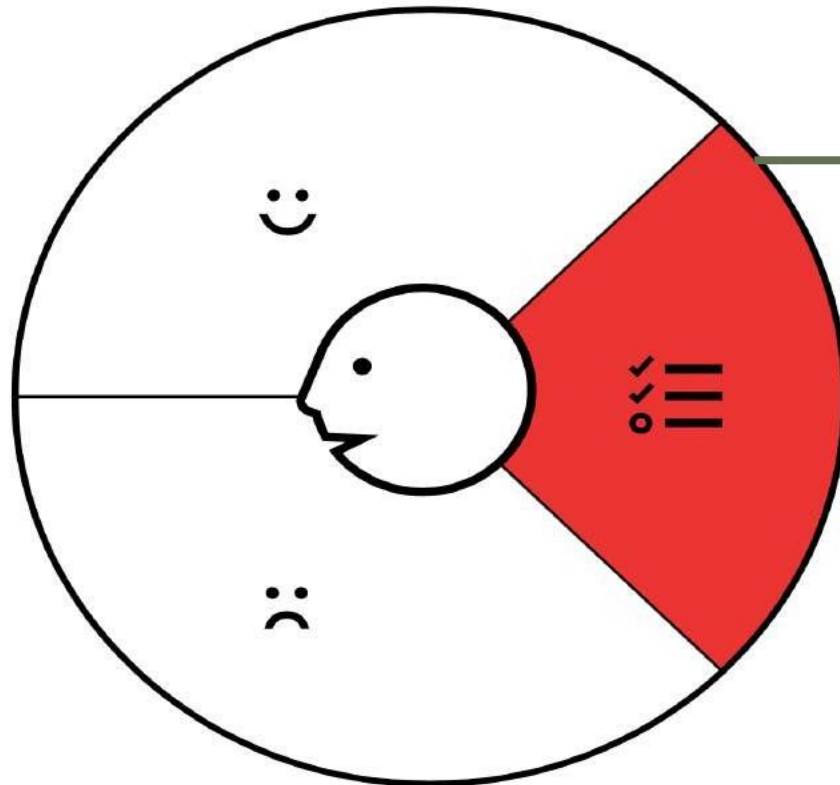
## BEHAVIORAL

- Benefits
- Usage Rates
- Patterns



## PSYCHPGRAPHICS

- Activities
- Personality & Values
- Attitudes



## JOBS

**JOBS/TUGAS** menggambarkan hal-hal yang pelanggan anda ingin selesaikan dalam pekerjaan ataupun kehidupan mereka. CUSTOMER JOBS bisa berarti tugas yang sedang mereka kerjakan dan selesaikan, masalah yang sedang berusaha mereka atasi atau kebutuhan yang mereka coba untuk cukupi

### 1. Tugas Fungsional

Ketika pelanggan anda mencoba melakukan atau menyelesaikan suatu tugas atau masalah spesifik contohnya memangkas rumput, mengikuti pola makan sehat, menulis laporan atau membantu klien sebagai seorang ahli

### 2. Tugas Sosial

Ketika pelanggan anda ingin terlihat hebat atau ingin mendapatkan kekuasaan dan status. Jobs ini menggambarkan bagaimana pelanggan anda ingin dilihat oleh orang lain, contohnya sebagai seseorang yang mengikuti perkembangan zaman atau sebagai orang yang kompeten dan profesional

### 3. Tugas Pribadi/Emosional

Ketika pelanggan anda mencari keadaan emosional tertentu, seperti merasa nyaman dan aman. Contohnya Ketika pelanggan anda mencari ketenangan pikiran menegenai suatu investasi atau ingin merasakan adanya keamanan pekerjaan di tempat kerjanya

### 4. Tugas Sampingan

Pelanggan juga melakukan tugas sampingan ketika membeli dan mengkonsumsi nilai, baik sebagai pelanggan ataupun sebagai seorang ahli



Important



Insignificant



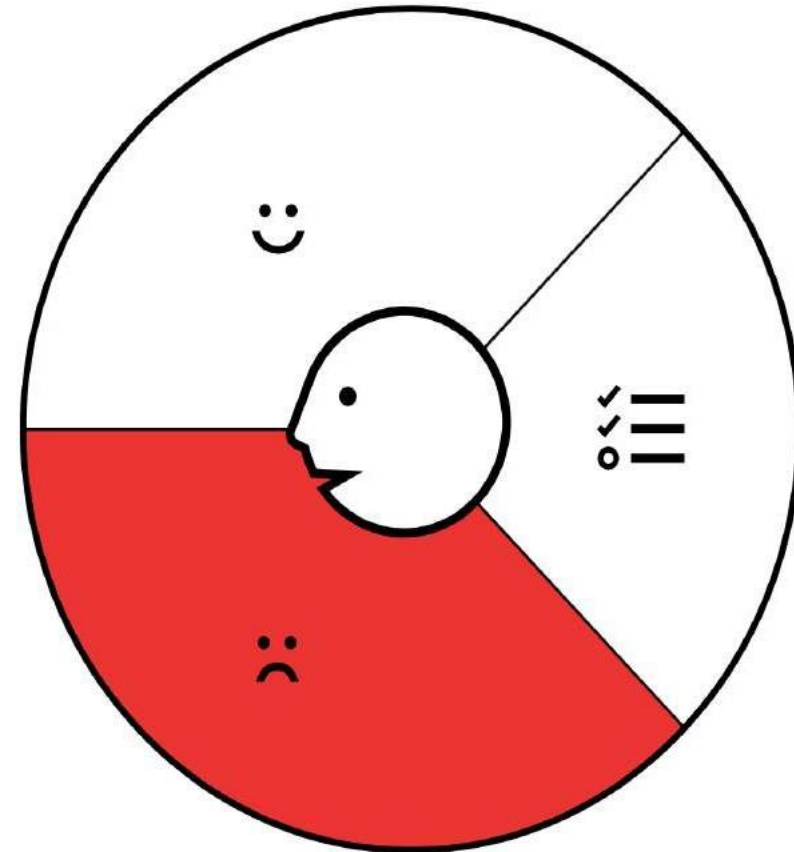
**Jangan Lupa!**  
**Ukur Tingkat Prioritasnya**



1. Hasil, Masalah dan Karakteristik yang tidak diinginkan
2. Hambatan
3. Resiko ( Kemungkinan hasil Yang Tidak Diinginkan)

**PAINS/KESULITAN** Menggambarkan apapun yang mengganggu pelanggan sebelum, selama dan setelah melakukan tugas, atau apa saja yang menghalangi mereka melakukan tugasnya. Kesulitan juga menggambarkan resiko, yaitu: Potensi hasil yang buru, seperti menyelesaikan tugas dengan buruk atau bahkan tidak menyelesaikan sama sekali

**PAINS**



Jangan Lupa!  
Ukur Tingkat Kesulitannya



# GAINS

**GAINS /KEUNTUNGAN** menggambarkan hasil dan manfaat yang diinginkan pelanggan anda. Keuntungan Termasuk keuntungan dalam penggunaan fungsional, keuntungan social dan penghematan biaya

**1. Keuntungan yang diwajibkan**

Hal ini adalah manfaat yang harus ada. Tanpanya sebuah solusi tidak akan berhasil. Contohnya harapan yang paling mendasar dari sebuah smartphone adalah dapat digunakan untuk menelepon

**2. Keuntungan yang diharapkan**

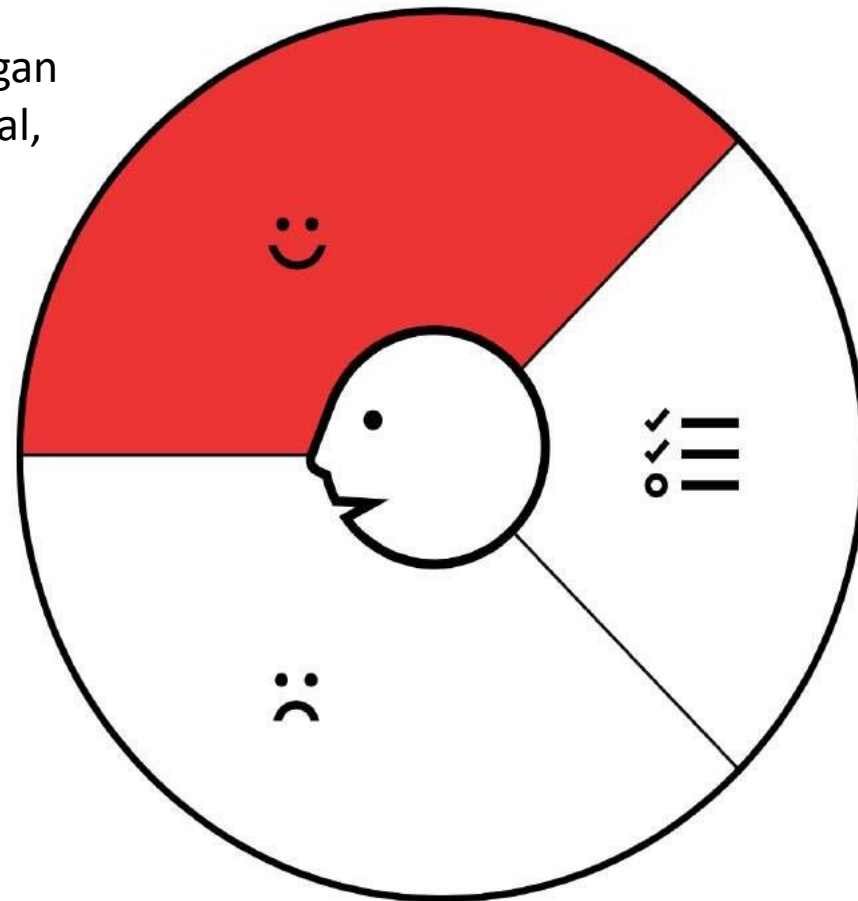
Ini adalah manfaat dasar yang kita harapkan dari sebuah solusi, sekalipun solusi yang kita berikan tetap dapat berhasil tanpa point ini. Contohnya Iphone tidak hanya bisa untuk menelepon akan tetapi juga didesain dengan eksklusif dan terlihat lebih bagus.

**3. Keuntungan yang diinginkan**

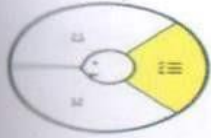
Ini adalah manfaat yang lebih dari sekedar apa yang kita harapkan dari sebuah solusi, dan jika bisa, ingin kita dapatkan. Biasanya pelanggan akan menyebutkannya jika anda menanyakannya. Misalnya Iphone bisa terintegrasi dengan perangkat-perangkat kita lainnya

**4. Keuntungan yang mengejutkan**

Ini adalah manfaat yang melebihi harapan dan keinginan pelanggan. Seperti Iphone merevolusi industri smartphone dengan layanan telepon layer sentuh, terintegrasi dengan berbagai perangkat dan juga APPStore dimana kita bisa melakukan belanja secara online hanya dengan satu gadget saja.

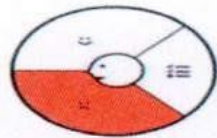


**Jangan Lupa!  
Ukur Tingkat Kepentingannya**



### Pentingnya Tugas

Berikan peringkat kepada tugas sesuai dengan tingkat kepentingan mereka bagi pelanggan.



### Tingkat kesulitan

Beri peringkat pada kesulitan sesuai dengan seberapa ekstrem kesulitan tersebut di mata pelanggan.



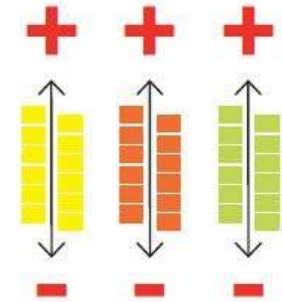
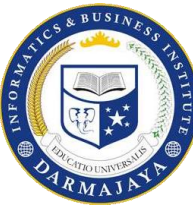
### Relevansi Keuntungan

Beri peringkat kepada keuntungan sesuai dengan seberapa penting mereka di mata pelanggan.





# Berjalan Dengan Persepsi Pelanggan



1

## Pilih Segmen Pelanggan

Pilih sebuah segmen pelanggan yang ingin anda layani

2

## Identifikasi Tugas Pelanggan (JOBS)

Tanyakan tugas apa yang sedang berusaha diselesaikan oleh pelanggan anda. Petakan semua tugas mereka.

3

## Identifikasi Kesulitan Pelanggan (PAINS)

Kesulitan apa yang dialami oleh pelanggan anda? Tuliskan sebanyak mungkin yang dapat anda temukan, termasuk hambatan dan resiko yang ada

4

## Identifikasi Keuntungan Pelanggan (GAINS)

Hasil dan manfaat apa yang ingin didapatkan oleh pelanggan anda? Tuliskan sebanyak mungkin keuntungan yang dapat anda temukan

5

## Prioritaskan JOBS, PAINS, GAINS

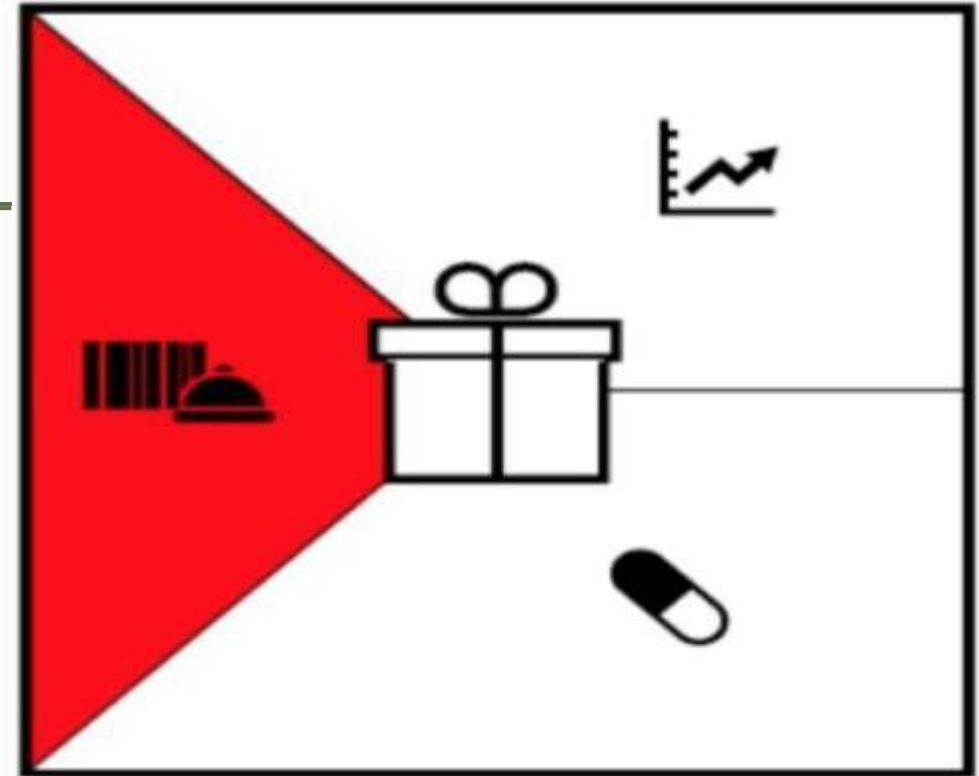
Susun tugas, kesulitan dan keuntungan dalam sebuah kolom. Masing-masing dengan Tugas, Kesulitan dan Keuntungan paling penting dibagian atas, serta tugas, kesulitan dan keuntungan yang paling tidak penting di paling bawah



## PRODUCTS & SERVICES

**PRODUCT & SERVICES** merupakan blok pembangun yang berisikan daftar produk dan jasa yang anda tawarkan. Kumpulan produk dan jasa ini membantu pelanggan anda menyelesaikan tugas fungsional, social dan emosional, bahkan membantumereka mencukupi kebutuhan dasarnya. Bagian ini tidak bisa berdiri sendiri tetapi harus terhubung dengan customer segmen yang dipilih beserta tugas, kesulitan dan keuntungannya.

1. Produk Fisik/ Berwujud: Benda Seperti produk hasil pabrikan
2. Tidak Berwujud: Seperti jasa, hak cipta dan layanan purna jual
3. Digital: Seperti music online atau jasa online
4. Finansial: Seperti Dana Investasi atau Asuransi



+  
Essential  
↕  
Nice to have  
-

**Jangan Lupa!  
Ukur Tingkat Relevansinya**



Jangan Lupa!  
Ukur Tingkat Relevansinya

**PAINS RELIEVER (Pereda Kesulitan)** menjelaskan cara produk dan jasa anda meredakan kesulitan pelanggan secara spesifik. PAINS RELIEVER menguraikan bagaimana anda menghilangkan atau mengurangi beberapa hal yang membuat pelanggan anda jengkel pada saat sebelum, selama, atau setelah mereka berusaha menyelesaikan suatu tugas, atau hal yang mencegah mereka melakukannya

**PAINS RELIEVERS**

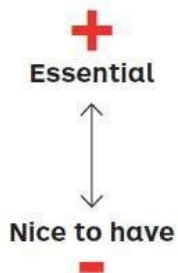




## GAINS CREATORS

### GAINS CREATORS (Pencipta Keuntungan)

menggambarkan bagaimana produk dan jasa anda menciptakan keuntungan bagi pelanggan. Poin ini menjelaskan bagaimana anda berniat memberikan hasil dan manfaat yang diharapkan, diinginkan atau mengejutkan pelanggan anda. Hal ini juga termasuk kegunaan fungsional, keuntungan social, emosi positif dan penghematan biaya

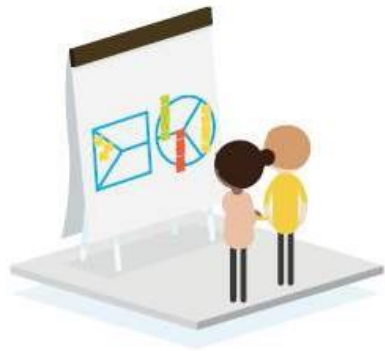


Jangan Lupa!  
Ukur Tingkat Relevansinya





# Memetakan Bagaimana Produk & Jasa Menciptakan Nilai



1

## Buat daftar produk dan jasa

Buatlah daftar semua produk dan jasa dari proposisi nilai anda yang sudah ada



2

## Jabarkan PAINS RELIEVER

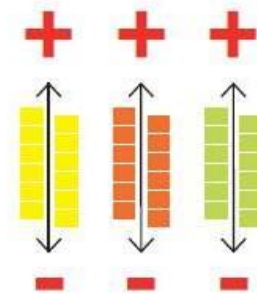
Jabarkan bagaimana produk dan jasa anda membantu pelanggan mengatasi kesulitannya dan menghilangkan hambatan atau resiko yang tidak diinginkan



3

## Jabarkan GAINS CREATORS

Jelaskan bagaimana produk dan jasa anda sedang menciptakan hasil dan manfaat yang diharapkan atau diinginkan oleh pelanggan



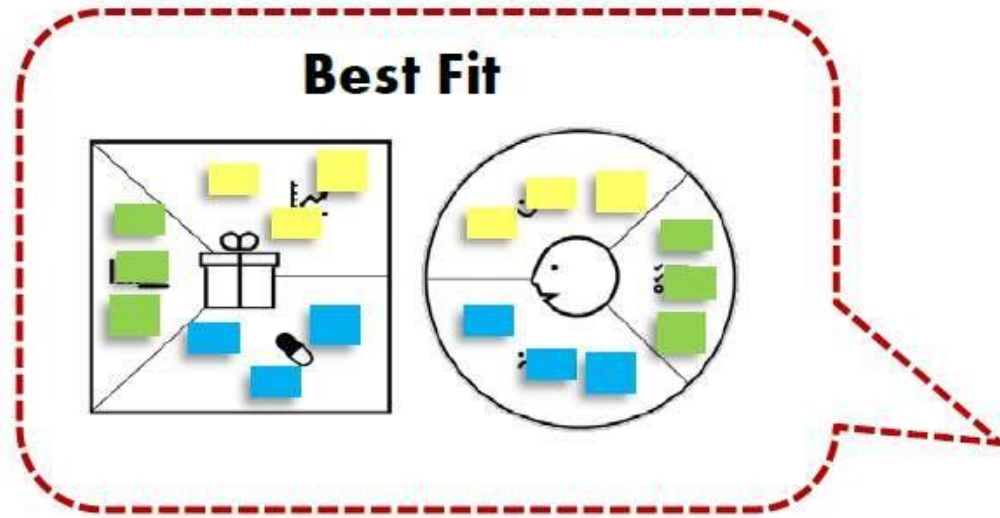
4

## Urutkan Berdasarkan Tingkat Kepentingan

Urutkan produk dan jasa, PAINS RELIEVER, dan GAINS CREATORS sesuai dengan seberapa esensial mereka bagi pelanggan

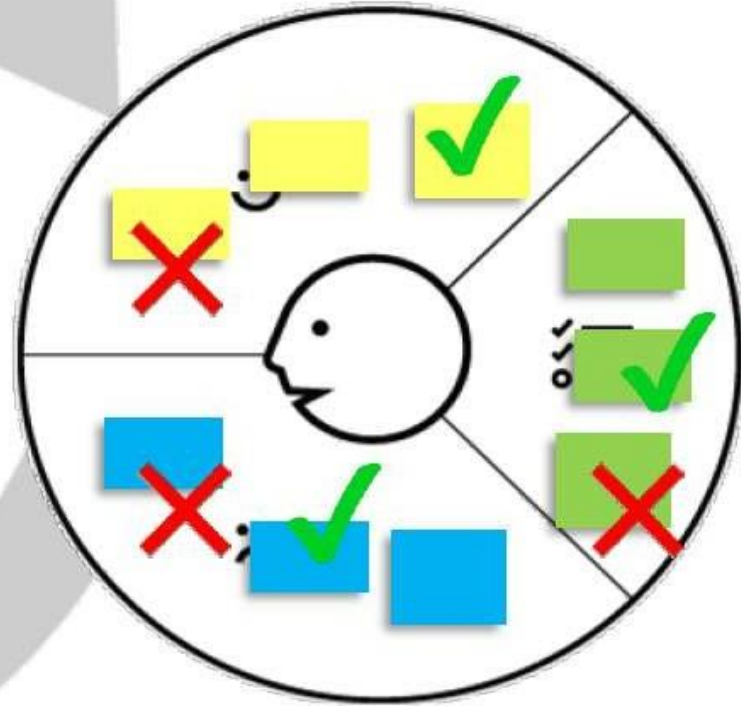
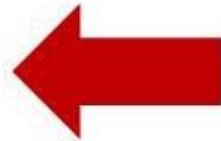
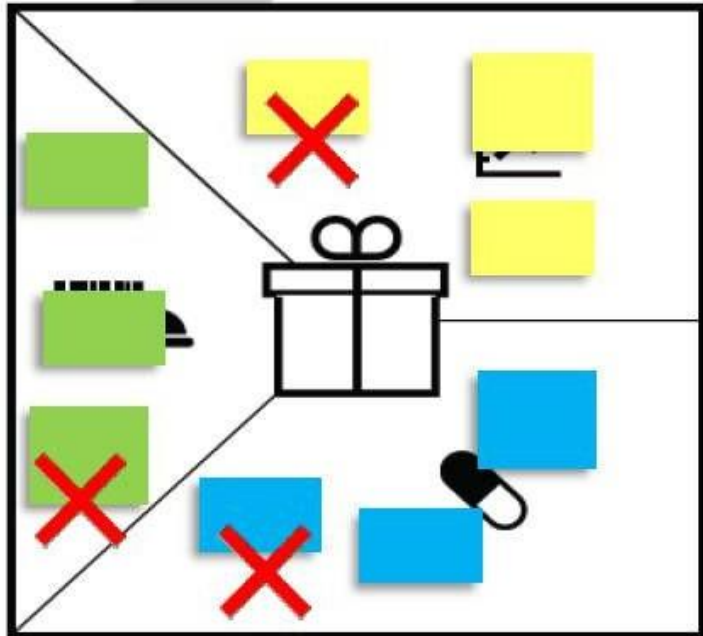


# Test Your Customer Assumptions





# Adjust & Redesign

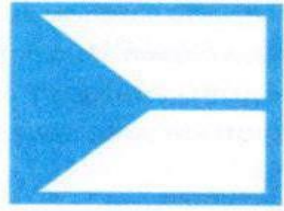




# SILAHKAN ISI...APA BISNIS ANDA??

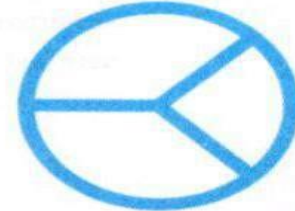


**Kami**



*produk dan jasa*

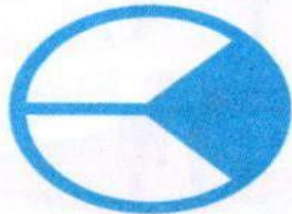
**membantu**



*segmen pelanggan*

**yang**

**ingin**



*tugas yang harus diselesaikan*

**dengan**



*kata kerja Anda sendiri  
(contoh: mengurangi, menghindari)*

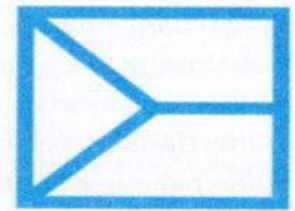
**dan**



*kata kerja Anda sendiri (contoh:  
meningkatkan, mengizinkan)*

**Tip**  
Tambahkan di  
awal atau akhir  
kalimat:

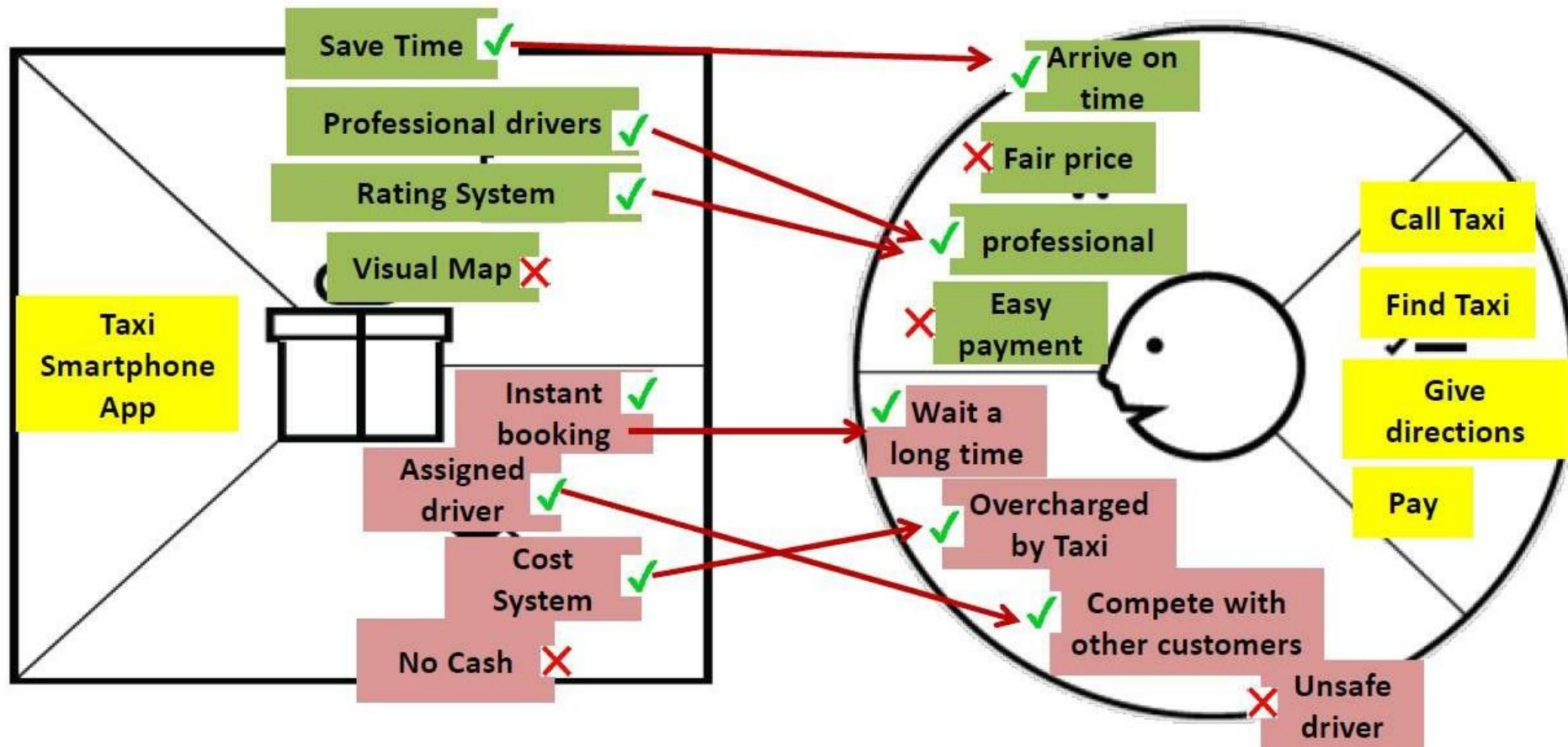
**tidak seperti**

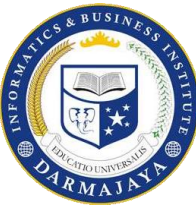


*proposisi nilai lawan*



# Taxi Smartphone Application





# ad-lib

VALUE  
PROPOSITION  
TEMPLATE

**Our** Taxi Smartphone App

Products and Services

**help(s)** Taxi passengers

Customer Segment

**who want to**

**book a taxi**

jobs to be done

**by** minimizing waiting time for a taxi

verb (e.g., reducing, avoiding)

and a customer pain

**and** enjoying affordable prices

verb (e.g., increasing, enabling)

and a customer gain

**(unlike** Typical taxi services by phone **)**

competing value proposition

# END OF SLIDE



STARTUP



STRATEGY



BUSINESS MANAGEMENT



PARTNERSHIP