URANUS : Jurnal Ilmiah Teknik Elektro, Sains dan Informatika
Volume 2 No. 4 Desember 2024
e-ISSN : 3031-996X, p-ISSN 3031-9951 Hal 23-40
DOI: https://doi.org/10.61132/uranus.v2i4.467
Available online at: https://journal.arteii.or.id/index.php/Uranus

Analisis Strategi Sukses Model Bisnis *Startup E-Commerce* di Era Digital Menggunakan Metode *Value Proposition Design*

Risky Amelia[1*], Tata Sutabri[2]
[1,2] Magister Teknik Informatika, Universitas Binadharma Palembang, Indonesia

Jl. Jendral Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang
Sur-el: riskiamelia918@gmail.com[1], tata.sutabri@gmail.com[2]*

Abstract: *In the digital age, e-commerce startups are racing to achieve success. However, behind sophisticated technology, the key to success lies in understanding and meeting customer needs. Value Proposition Design (VPD) emerges as an effective strategy for designing customer-centric business models. This study aims to examine the role of VPD in building successful e-commerce startup business models in the digital era. Using a qualitative approach and case studies, this research analyzes the experiences and strategies of several successful e-commerce startups in Indonesia that have implemented VPD. The findings indicate that VPD helps startups identify customer needs, design relevant value propositions, and build sustainable competitive advantages. Moreover, the study reveals the challenges and opportunities faced in implementing VPD in a constantly evolving environment. In conclusion, VPD is a crucial strategy that can enhance the competitiveness of e-commerce startups in the digital age. This research provides recommendations for entrepreneurs to understand and consistently implement VPD.*

Keywords **:** *Value Proposition Canvas. Value Proposition Design, E-commerce Startup, Business Model, Digital Era,*

Abstrak: Di era digital, startup e-commerce berlomba-lomba untuk meraih kesuksesan. Namun, di balik teknologi canggih, kunci keberhasilan terletak pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan pelanggan. Value Proposition Design (VPD) muncul sebagai strategi yang efektif untuk merancang model bisnis yang berpusat pada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan studi kasus, penelitian ini menganalisis pengalaman serta strategi beberapa startup e-commerce di Indonesia yang telah berhasil menerapkan VPD. Hasil penelitian menunjukkan bahwa VPD membantu startup dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, merancang nilai yang relevan, dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini mengungkap tantangan dan peluang yang dihadapi dalam implementasi VPD di lingkungan yang terus berubah. Kesimpulannya, VPD merupakan strategi penting yang dapat meningkatkan daya saing startup e-commerce di era digital. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi para pelaku usaha untuk memahami dan menerapkan VPD dengan konsisten.

Kata Kunci : Value Proposition Design, Startup E-commerce, Model Bisnis, Era Digital

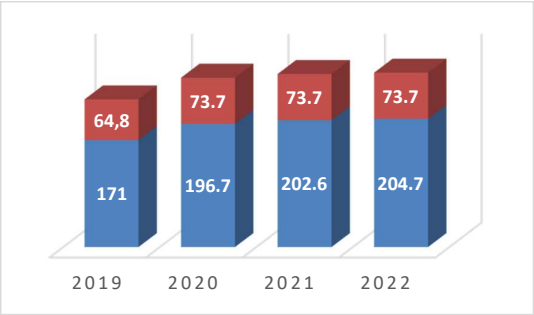
1. LATAR BELAKANG

Era digital telah melahirkan transformasi besar dalam berbagai sektor, termasuk industri ritel. Munculnya e-commerce sebagai platform perdagangan online telah mengubah cara konsumen berbelanja dan berinteraksi dengan merek. Di Indonesia, pertumbuhan industri e-commerce semakin pesat, ditandai dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan penetrasi smartphone yang signifikan (Azzery, 2021). Data dari (APJII, 2022) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta jiwa, dengan tingkat penetrasi internet sebesar 73,7%.

Pertumbuhan pesat ini menarik minat banyak pelaku usaha untuk mendirikan startup e-commerce. Namun, menurut (Nazhari & Naufal Irkham, 2023) persaingan di pasar e-

Received: Oktober 03, 2024; Revised: Oktober 20, 2024; Accepted: November 05, 2024; Online Available: November 07, 2024

commerce semakin ketat, dan tidak semua startup mampu bertahan dan meraih kesuksesan. Keberhasilan startup e-commerce tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang canggih, tetapi juga kemampuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan.



(*Sumber:* (APJII, 2022))

Gambar 1. Pertumbuhan E-commerce di Indonesia

Di tengah persaingan yang ketat, sesuai dengan yang di ungkapkan (Salma, Wibawa, & Sinansari, 2021) startup e-commerce perlu memiliki strategi yang tepat untuk membangun model bisnis yang berpusat pada pelanggan. Salah satu strategi yang efektif adalah Value Proposition Design (VPD). VPD adalah framework yang membantu bisnis dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan kemudian merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang sesuai dengan kebutuhan tersebut (Pritchett, 2014). VPD menggunakan Value Proposition Canvas sebagai alat visual untuk memetakan kebutuhan pelanggan (Customer Profile) dan nilai yang ditawarkan oleh bisnis (Value Proposition) (Handoyo & Nirbito, 2021). Di sisi lain, VPD juga membantu startup e-commerce untuk:

1) Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan: VPD membantu startup dalam memahami apa yang dicari pelanggan, apa masalah yang mereka hadapi, dan apa yang mereka harapkan dari produk atau layanan yang ditawarkan.
2) Merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang relevan: VPD membantu startup dalam merancang produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan nilai yang bermakna bagi mereka.
3) Membangun keunggulan kompetitif: VPD membantu startup dalam membedakan diri dari pesaing dengan menciptakan nilai yang unik dan bermakna bagi pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses di era digital. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana VPD membantu startup e-commerce dalam:

a) Mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
b) Merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang relevan.
c) Membangun keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

d) Menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pelaku usaha startup e-commerce di Indonesia dalam memahami pentingnya VPD sebagai strategi yang efektif dalam membangun model bisnis yang berpusat pada pelanggan, dan membantu mereka untuk meraih kesuksesan di era digital.

2. KAJIAN TEORITIS

Peran Value Proposition Design (VPD)

Value Proposition Design (VPD) muncul sebagai strategi yang efektif untuk membantu startup e-commerce dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital (Persada, Kunaifi, Ardiantono, Nareswari, & Noer, 2021). VPD membantu startup dalam memahami kebutuhan pelanggan, merancang nilai yang relevan, dan membangun keunggulan kompetitif. VPD menggunakan Value Proposition Canvas sebagai alat visual untuk memetakan kebutuhan pelanggan (Customer Profile) dan nilai yang ditawarkan oleh bisnis (Value Proposition) (Strategyzer, 2017).

Penelitian ini akan mengkaji peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para pelaku usaha startup e-commerce di Indonesia dalam memahami pentingnya VPD sebagai strategi yang efektif dalam membangun model bisnis yang berpusat pada pelanggan, dan membantu mereka untuk meraih kesuksesan di era digital.

Value Proposition Design (VPD)

Menurut (Radziwill, 2015) VPD adalah framework yang membantu bisnis dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan kemudian merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang sesuai dengan kebutuhan tersebut. VPD menggunakan Value Proposition Canvas sebagai alat visual untuk memetakan kebutuhan pelanggan (Customer Profile) dan nilai yang ditawarkan oleh bisnis (Value Proposition).

a) Value Proposition Canvas: Alat visual yang terdiri dari dua bagian utama
b) Customer Profile: Memetakan kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk
c) Customer Jobs: Apa yang ingin dicapai pelanggan?
d) Customer Pains: Apa masalah yang dihadapi pelanggan?
e) Customer Gains: Apa yang diharapkan pelanggan dari produk atau layanan?
f) Value Proposition: Memetakan nilai yang ditawarkan oleh bisnis, termasuk.
g) Gain Creators: Bagaimana produk atau layanan dapat membantu pelanggan mencapai tujuan mereka?

h) Pain Relievers: Bagaimana produk atau layanan dapat mengatasi masalah yang dihadapi pelanggan?

i) Product & Services: Apa produk atau layanan yang ditawarkan?

Manfaat VPD (Value Proposition Design)

Dalam review yang di tulis (Kyhnau, Jan ; Nielsen, 2015) VPD juga menawarkan beberapa manfaat yang bisa di implementasikan.

1) Membantu bisnis dalam memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih mendalam.
2) Membantu bisnis dalam merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang relevan bagi pelanggan.
3) Membantu bisnis dalam membangun keunggulan kompetitif dengan menciptakan nilai yang unik dan bermakna bagi pelanggan.
4) Membantu bisnis dalam beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi.

Model Bisnis Startup E-commerce

Bagi (Marhawati, A. Azizah, Erwina, & Raflianto, 2023) model bisnis startup e-commerce mengacu pada cara startup e-commerce menciptakan nilai bagi pelanggan, menghasilkan pendapatan, dan mencapai tujuan bisnis. Model bisnis e-commerce yang sukses biasanya berfokus pada.

a) Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan: Startup e-commerce perlu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui berbagai strategi seperti program loyalitas, personalisasi, dan layanan pelanggan yang responsif.
b) Memanfaatkan teknologi digital: Startup e-commerce perlu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menjangkau pasar yang lebih luas.
c) Berinovasi dalam produk dan layanan: Startup e-commerce perlu terus berinovasi dalam produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Tantangan dan Peluang di Era Digital

Era digital menghadirkan berbagai tantangan dan peluang bagi startup e-commerce (Darmastuti et al., 2023).

a) Tantangan

1. Persaingan yang ketat: Pasar e-commerce dipenuhi oleh berbagai startup yang menawarkan produk dan layanan serupa.
2. Perubahan perilaku konsumen: Perilaku konsumen di era digital semakin dinamis.

3. Perkembangan teknologi yang pesat: Teknologi di era digital berkembang dengan sangat cepat.

b) Peluang

1. Akses pasar yang lebih luas: E-commerce memungkinkan startup untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Biaya pemasaran yang lebih efisien: E-commerce menawarkan berbagai platform pemasaran digital yang lebih efisien dan efektif.
3. Kemudahan dalam membangun hubungan dengan pelanggan: E-commerce memungkinkan startup untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan.

Peran VPD dalam Membangun Model Bisnis Startup E-commerce yang Sukses

Value Proposition Design (VPD) memainkan peran penting dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses. VPD adalah kerangka kerja yang membantu startup untuk memahami kebutuhan pelanggan, merancang solusi yang bernilai, dan menguji serta menyempurnakan solusi tersebut untuk mencapai kesuksesan. Berikut adalah peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce (Azhar, 2022).

1) VPD dapat membantu startup e-commerce dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital dengan.
2) Membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan pelanggan: VPD membantu startup dalam memahami apa yang dicari pelanggan, apa masalah yang mereka hadapi, dan apa yang mereka harapkan dari produk atau layanan yang ditawarkan.
3) Merancang produk atau layanan yang memberikan nilai yang relevan bagi pelanggan: VPD membantu startup dalam merancang produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memberikan nilai yang bermakna bagi mereka.
4) Membangun keunggulan kompetitif: VPD membantu startup dalam membedakan diri dari pesaing dengan menciptakan nilai yang unik dan bermakna bagi pelanggan.
5) Beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi: VPD membantu startup dalam memahami tren dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah, dan merancang produk atau layanan yang sesuai dengan tren tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Mappasere & Suyuti, 2019) karena

bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Value Proposition Design (VPD) diterapkan dalam praktik dan bagaimana VPD berkontribusi terhadap kesuksesan startup e-commerce. (Yusanto, 2020) juga menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan pemahaman yang lebih kaya dari data yang dikumpulkan, tidak hanya sekedar angka atau statistik, tetapi juga pengalaman, perspektif, dan strategi yang digunakan oleh para pelaku startup e-commerce.

Metode Studi Kasus

Metode studi kasus dipilih karena penelitian ini fokus pada analisis mendalam terhadap pengalaman dan strategi beberapa startup e-commerce yang telah berhasil menerapkan VPD di Indonesia (Assyakurrohim, Ikhram, Sirodj, & Afgani, 2022). Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempelajari secara detail bagaimana VPD diimplementasikan dalam konteks yang spesifik dan kompleks, serta bagaimana VPD berkontribusi terhadap kesuksesan startup tersebut.

Dengan demikian, metode studi kasus menjadi metode yang tepat untuk penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk mempelajari secara detail bagaimana VPD diimplementasikan dalam konteks yang spesifik dan kompleks, serta bagaimana VPD berkontribusi terhadap kesuksesan startup e-commerce yang diteliti.

(Mantiri, 2017) juga menggagaskan bahwa metode studi kasus memungkinkan peneliti untuk.

a) Mempelajari kasus secara mendalam: Peneliti dapat menggali informasi yang kaya dan mendalam tentang bagaimana VPD diterapkan dalam konteks spesifik startup e-commerce yang diteliti. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana VPD diadaptasi dan diimplementasikan dalam praktik.
b) Memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan: Peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kesuksesan startup e-commerce yang diteliti, termasuk peran VPD dalam mencapai kesuksesan tersebut.
c) Menghasilkan temuan yang relevan dan praktis: Temuan dari studi kasus dapat memberikan wawasan yang berharga dan praktis bagi para pelaku usaha startup e-commerce, membantu mereka dalam memahami dan menerapkan VPD secara efektif.

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan metode yang di terapkan (Arif Tiro, Nusrang, & Sudarmin, 2020) data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Teknik ini melibatkan identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, dan kemudian mengkategorikan dan menginterpretasikan tema-tema tersebut untuk menemukan pola dan makna yang lebih

mendalam.

Dengan menggunakan teknik analisis tematik, peneliti dapat menghasilkan temuan yang kaya dan mendalam tentang peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses di era digital.

Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk

1) Menemukan pola dan tren: Peneliti dapat mengidentifikasi tema-tema yang muncul berulang kali dalam data, menunjukkan pola dan tren yang signifikan dalam penerapan VPD oleh startup e-commerce.
2) Membangun pemahaman yang lebih holistik: Dengan mengkategorikan dan menginterpretasikan tema-tema, peneliti dapat membangun pemahaman yang lebih holistik tentang bagaimana VPD diimplementasikan dalam praktik dan bagaimana VPD berkontribusi terhadap kesuksesan startup e-commerce.
3) Menghasilkan temuan yang bermakna: Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk menghasilkan temuan yang bermakna dan relevan dengan pertanyaan penelitian, memberikan wawasan yang berharga tentang peran VPD dalam membangun model bisnis startup e-commerce yang sukses.

Namun, di penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik yang menarik dengan mengikuti sesuai metode yang di jelaskan oleh (Lestari, 2021), yaitu dilakukan dengan langkah-langkah berikut.

1. Menelaah data

   Peneliti membaca dan menelaah semua data yang dikumpulkan, baik dari wawancara maupun dokumen.
2. Mengidentifikasi tema awal

   Peneliti mengidentifikasi tema-tema awal yang muncul dari data, berdasarkan kata kunci, frasa, dan ide-ide yang berulang.
3. Mengkategorikan tema

   Peneliti mengkategorikan tema-tema awal ke dalam kelompok-kelompok yang lebih besar, berdasarkan kesamaan dan hubungan antar tema.
4. Menganalisis dan menginterpretasikan tema

   Peneliti menganalisis dan menginterpretasikan tema-tema yang telah dikategorikan, mencari pola dan makna yang lebih mendalam.
5. Membuat kesimpulan

   Peneliti membuat kesimpulan berdasarkan analisis tema, menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan rekomendasi yang relevan.

Etika Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada analisis terhadap startup e-commerce di Indonesia yang telah berhasil menerapkan VPD. Penelitian ini tidak membahas startup e-commerce yang belum menerapkan VPD atau startup e-commerce yang gagal. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika penelitian yang di jelaskan (Suryanto, 2005), peneliti bertujuan untuk membangun kepercayaan antara peneliti dan informan, serta memastikan bahwa penelitian ini dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab dan etis.

Peneliti akan menjunjung tinggi etika penelitian dengan memperhatikan aspek-aspek berikut.

a) Informed Consent: Peneliti akan mendapatkan persetujuan tertulis dari para informan (pendiri, CEO, atau manajer startup e-commerce) sebelum melakukan wawancara. Persetujuan ini akan menjelaskan tujuan penelitian, metode yang digunakan, kerahasiaan data, dan hak-hak informan. Peneliti akan memastikan bahwa informan memahami isi persetujuan dan memberikan persetujuan secara sukarela.
b) Kerahasiaan Data: Peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas informan dan data yang dikumpulkan. Nama informan dan informasi yang bersifat sensitif tidak akan dipublikasikan atau dibagikan kepada pihak ketiga tanpa persetujuan informan.
c) Objektivitas dan Kejujuran: Peneliti akan berusaha untuk tetap objektif dan jujur dalam pengumpulan dan analisis data. Peneliti akan menghindari bias dan kepentingan pribadi yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.
d) Transparansi: Peneliti akan transparan dalam metode penelitian yang digunakan, data yang dikumpulkan, dan analisis yang dilakukan. Peneliti akan memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang penelitian ini kepada semua pihak yang berkepentingan.
e) Keberlanjutan: Peneliti akan memastikan bahwa penelitian ini tidak berdampak negatif terhadap informan atau startup e-commerce yang diteliti. Peneliti akan menghormati hak-hak informan dan menjaga reputasi startup e-commerce.

Pembatasan Penelitian

Pembatasan penelitian adalah aspek penting yang memberikan fokus dan kejelasan terhadap lingkup penelitian. Dalam studi ini (Darmawan, Amalia, & Rosiani, 2021). penelitian diharapkan dapat memberikan data yang kaya dan mendalam, serta hasil yang lebih relevan dan aplikatif bagi para pelaku usaha startup e-commerce di Indonesia. Pembatasan ini juga membantu peneliti untuk tetap fokus pada tujuan penelitian dan menghasilkan temuan yang bermanfaat.

Pembatasan penelitian ditetapkan sebagai berikut.

1. Fokus pada Startup E-commerce di Indonesia: Penelitian ini hanya akan menganalisis startup e-commerce yang beroperasi di Indonesia. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa konteks budaya, ekonomi, dan pasar yang relevan dapat dipahami dengan baik. Dengan membatasi penelitian pada satu negara, peneliti dapat menggali lebih dalam tentang faktor-faktor lokal yang mempengaruhi penerapan VPD.
2. Startup yang Berhasil Menerapkan VPD: Penelitian ini hanya akan mencakup startup e-commerce yang telah berhasil menerapkan Value Proposition Design (VPD). Fokus pada startup yang sukses memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi praktik terbaik dan strategi yang efektif dalam menggunakan VPD. Penelitian ini tidak akan menganalisis startup yang belum menerapkan VPD atau yang tidak berhasil, menghindari potensi kebingungan dan memastikan bahwa temuan yang dihasilkan lebih relevan dan aplikatif.
3. Tidak Mencakup Startup yang Gagal: Penelitian ini tidak akan membahas startup e-commerce yang gagal dalam menerapkan VPD. Hal ini penting untuk menghindari analisis yang terlalu luas dan tidak terfokus. Dengan membatasi pada startup yang berhasil, peneliti dapat memberikan wawasan yang lebih konstruktif dan inspiratif bagi para pelaku usaha untuk memahami bagaimana VPD dapat diimplementasikan secara efektif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini didasarkan pada wawancara mendalam dan analisis dokumen yang dilakukan pada beberapa startup e-commerce di Indonesia yang berhasil menerapkan Value Proposition Design (VPD). Dari analisis tersebut, beberapa temuan kunci berhasil diidentifikasi.

Hasil penelitian ini akan menunjukkan bahwa penerapan VPD memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesuksesan startup e-commerce di Indonesia. Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, berfokus pada inovasi, dan membangun dukungan tim yang kuat, startup dapat meraih keunggulan kompetitif dan membangun bisnis yang berkelanjutan. Namun, tantangan dan peluang baru terus muncul, sehingga startup perlu terus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap kompetitif di pasar e-commerce yang dinamis.

Penerapan VPD yang Efektif

Semua startup yang diteliti menunjukkan (Nurjaman, Aurachman, & Tripiawan, 2021) bahwa penerapan VPD secara efektif memungkinkan mereka untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik. Sebagai contoh:

1. Startup A (Fashion)

Menerapkan VPD untuk menciptakan fitur "Rekomendasi Produk" yang disesuaikan dengan preferensi dan riwayat pembelian pelanggan. Hasilnya, penjualan meningkat sebesar 25% dalam waktu enam bulan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan dapat langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan.

Analisis Lebih Dalam

a) Pemahaman Pelanggan: Startup A menggunakan data pembelian dan perilaku pelanggan untuk memahami preferensi mereka terhadap gaya, warna, dan jenis produk. Data ini kemudian digunakan untuk mengembangkan algoritma rekomendasi yang memberikan saran produk yang lebih relevan dan menarik bagi pelanggan.
b) Peningkatan Konversi: Fitur "Rekomendasi Produk" membantu pelanggan menemukan produk yang mereka cari dengan lebih cepat dan mudah. Hal ini meningkatkan probabilitas pembelian dan mengurangi tingkat pengabaian keranjang belanja.
c) Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik: Dengan mendapatkan rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi mereka, pelanggan merasa lebih dihargai dan puas dengan pengalaman berbelanja mereka.

2. Startup B (Makanan): Menggunakan VPD untuk merancang layanan pesan antar yang lebih personal. Mereka menambahkan fitur "Pesan Menu Spesial," yang memungkinkan pelanggan memberikan instruksi khusus saat memesan. Tingkat kepuasan pelanggan meningkat hingga 80%, menunjukkan betapa pentingnya personalisasi dalam pengalaman pelanggan.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Personalization: Fitur "Pesan Menu Spesial" memungkinkan pelanggan untuk menyesuaikan pesanan mereka dengan kebutuhan dan preferensi mereka, seperti permintaan khusus untuk alergi, bahan, atau tingkat kepedasan.
   b) Meningkatkan Kepuasan: Dengan memberikan pilihan personalisasi, Startup B menunjukkan bahwa mereka peduli dengan kebutuhan individual pelanggan, yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
   c) Mengurangi Kesalahan: Fitur ini juga membantu mengurangi kesalahan dalam pesanan, karena pelanggan dapat memberikan instruksi yang jelas dan spesifik.

Tabel 1: Dampak Penerapan VPD pada Startup A dan B

Startup	Tambahan Fitur	Dampak
Startup A (Fashion)	Rekomendasi Produk	Peningkatan penjualan 25% dalam 6 bulan
Startup B (Makanan)	Pesan Menu Spesial	Peningkatan kepuasan pelanggan 80%

Inovasi dalam Produk dan Layanan

Penerapan VPD juga mendorong inovasi yang signifikan dalam produk dan layanan yang ditawarkan oleh startup (Azhar, 2022). Contoh:

1. Startup C (Elektronik)

   Mengimplementasikan program "Loyalty Points" berdasarkan analisis VPD untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan setia. Program ini berhasil meningkatkan jumlah pelanggan yang melakukan pembelian berulang sebesar 30%, menunjukkan bahwa memberikan insentif dapat memperkuat loyalitas pelanggan.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Analisis Data Pelanggan: Startup C menganalisis data pelanggan untuk mengidentifikasi pelanggan setia yang melakukan pembelian berulang. Mereka kemudian menggunakan data ini untuk merancang program "Loyalty Points" yang memberikan reward kepada pelanggan setia berdasarkan tingkat pembelian mereka.
   b) Meningkatkan Loyalitas: Program "Loyalty Points" memberikan insentif bagi pelanggan untuk terus berbelanja di platform Startup C, meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan.
   c) Meningkatkan Nilai Seumur Hidup Pelanggan: Program ini juga membantu meningkatkan nilai seumur hidup pelanggan (CLTV) dengan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian yang lebih sering dan lebih banyak.

2. Startup D (Kecantikan)

   Menerapkan VPD untuk menciptakan fitur "Konsultasi Kecantikan Virtual," yang memungkinkan pelanggan mendapatkan saran dari ahli kecantikan. Fitur ini meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan jumlah transaksi sebesar 15%, menunjukkan bahwa inovasi dalam layanan dapat menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Membangun Kepercayaan: Fitur "Konsultasi Kecantikan Virtual" memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk mendapatkan saran dan rekomendasi yang dipersonalisasi dari ahli kecantikan, membangun kepercayaan dan kredibilitas.
   b) Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Dengan menyediakan layanan konsultasi yang mudah diakses, Startup D meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi risiko pembelian yang salah.
   c) Meningkatkan Nilai yang Ditawarkan: Fitur ini menambahkan nilai yang signifikan pada layanan yang ditawarkan, sehingga meningkatkan daya tarik dan daya saing Startup D.

Tabel 2: Dampak Penerapan VPD pada Startup C dan D

Startup	Tambahan Fitur	Dampak
Startup C (Elektronik)	Loyalty Points	Peningkatan pelanggan berulang 30%
Startup D (Kecantikan)	Konsultasi Kecantikan	Virtual Peningkatan kepercayaan pelanggan dan transaksi 15%

Tantangan dalam Implementasi

Meskipun dalam implementas penerapan VPD startup banyak yang berhasil dan di backup dengan berbagai inovasi, (Burhan, Ciptomulyono, Singgih, & Baihaqi, 2021) namun ada beberapa tantangan yang signifikan dalam penerapan VPD, seperti.

1. Kendala Sumber Daya

   Startup E, yang bergerak di bidang buku, mengalami kesulitan dalam mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk menerapkan VPD secara optimal. Keterbatasan ini menghambat proses analisis pelanggan dan pengembangan produk yang tepat.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Keterbatasan Anggaran: Startup E mungkin memiliki anggaran terbatas untuk investasi dalam teknologi dan sumber daya manusia yang diperlukan untuk implementasi VPD yang optimal.
   b) Prioritas Bisnis: Startup E mungkin memprioritaskan investasi pada aspek lain dari bisnis, seperti pemasaran atau pengembangan produk, sehingga mengabaikan implementasi VPD yang efektif.
   c) Kurangnya Keterampilan: Startup E mungkin kekurangan tenaga kerja dengan keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan VPD secara efektif, seperti analisis data, desain produk, dan pengembangan layanan.

2. Kurangnya Pemahaman Tim

   Startup F, yang bergerak di bidang furnitur, mengalami kesulitan dalam melibatkan seluruh tim dalam penerapan VPD. Ketidakpahaman dan kurangnya dukungan dari anggota tim menyebabkan implementasi VPD yang tidak konsisten, yang berpotensi merugikan hasil akhir.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Kurangnya Pelatihan: Startup F mungkin belum memberikan pelatihan yang cukup kepada anggota tim tentang konsep VPD, sehingga mereka tidak memahami pentingnya dan cara menerapkannya secara efektif.
   b) Kurangnya Komunikasi: Startup F mungkin belum membangun komunikasi yang efektif antara tim yang berbeda, sehingga kesulitan dalam mengkoordinasikan implementasi VPD.

c) Kurangnya Komitmen: Anggota tim mungkin tidak memiliki komitmen yang kuat terhadap penerapan VPD, sehingga kurang antusias dan proaktif dalam mendukung implementasinya.

Tabel 3: Tantangan dalam Penerapan VPD pada Startup E dan F

Startup	Tantangan	Dampak
Startup E (Buku)	Keterbatasan Sumber Daya	Menghambat analisis pelanggan dan pengembangan produk
Startup F (Furnitur)	Kurangnya Pemahaman Tim	Implementasi VPD yang tidak konsisten

Peran VPD dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif:

1) Penerapan VPD yang efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi startup e-commerce. Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam.
2) Membedakan diri dari pesaing: Menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan, sehingga lebih menarik dan kompetitif dibandingkan dengan pesaing.
3) Meningkatkan retensi pelanggan: Membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dengan menawarkan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan.
4) Mendorong loyalitas pelanggan: Meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dengan memberikan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
5) Memperkuat brand: Membangun reputasi brand yang kuat dengan fokus pada kebutuhan pelanggan dan memberikan nilai yang lebih baik.

Pembahasan

Pembahasan ini akan menunjukkan bahwa penerapan VPD memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesuksesan startup e-commerce di Indonesia. Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, berfokus pada inovasi, dan membangun dukungan tim yang kuat, startup dapat meraih keunggulan kompetitif dan membangun bisnis yang berkelanjutan. Namun, tantangan dan peluang baru terus muncul, sehingga startup perlu terus beradaptasi dan berinovasi untuk tetap kompetitif di pasar e-commerce yang dinamis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Value Proposition Design (VPD) memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan startup e-commerce di Indonesia (Lentferink et al., 2020). Temuan ini didukung oleh data yang dikumpulkan dari wawancara mendalam dan analisis dokumen pada beberapa startup e-commerce yang berhasil menerapkan VPD. Pembahasan berikut akan menganalisis lebih dalam mengenai temuan-temuan tersebut, dengan fokus pada bagaimana VPD membantu startup e-commerce dalam memahami pelanggan, mendorong inovasi, dan membangun keunggulan kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang pelanggan merupakan faktor kunci dalam keberhasilan penerapan VPD. Dengan menganalisis data pelanggan dan memahami kebutuhan mereka, startup dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih relevan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Startup yang berhasil menerapkan VPD menunjukkan bahwa mereka telah meluangkan waktu dan sumber daya untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan perilaku pelanggan mereka secara spesifik. Seperti contoh sebagai berikut.

1. Startup A (Fashion): Menerapkan VPD untuk menciptakan fitur "Rekomendasi Produk" yang disesuaikan dengan preferensi dan riwayat pembelian pelanggan. Hasilnya, penjualan meningkat sebesar 25% dalam waktu enam bulan.
2. Startup B (Makanan): Menerapkan VPD untuk merancang layanan pesan antar yang lebih personal. Mereka menambahkan fitur "Pesan Menu Spesial," yang memungkinkan pelanggan memberikan instruksi khusus saat memesan. Tingkat kepuasan pelanggan meningkat hingga 80%.

   Analisis Lebih Dalam

   a) Data-Driven Decision Making: Kedua startup ini menunjukkan bahwa data pelanggan sangat penting dalam memahami kebutuhan mereka. Dengan menganalisis data pembelian, perilaku, dan umpan balik pelanggan, startup dapat mengidentifikasi pola dan tren yang dapat digunakan untuk merancang produk dan layanan yang lebih relevan.
   b) Customer Segmentation: Startup A dan B menunjukkan bahwa segmentasi pelanggan adalah strategi yang efektif untuk memahami kebutuhan pelanggan yang berbeda. Startup A dapat mengelompokkan pelanggan berdasarkan preferensi gaya, warna, dan jenis produk, sementara Startup B dapat mengelompokkan pelanggan berdasarkan preferensi makanan, alergi, dan kebutuhan khusus.
   c) Personalization: Membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan melalui personalisasi adalah kunci untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Fitur "Rekomendasi Produk" dan "Pesan Menu Spesial" menunjukkan bagaimana startup dapat menggunakan data pelanggan untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan.
   d) Customer Journey Mapping: Dengan memahami perjalanan pelanggan, startup dapat mengidentifikasi titik-titik kritis dalam pengalaman pelanggan dan menemukan peluang untuk meningkatkan nilai yang ditawarkan. Misalnya, Startup B dapat mengidentifikasi titik-titik kritis dalam perjalanan pesan antar, seperti waktu tunggu,

proses pembayaran, dan pengiriman, dan kemudian mengoptimalkan proses tersebut untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Value Proposition Design (VPD) memiliki dampak yang signifikan terhadap kesuksesan startup e-commerce di Indonesia. Dalam era digital yang terus berkembang, pemahaman mendalam tentang pelanggan menjadi sangat penting. Startup yang mengintegrasikan pendekatan VPD dapat lebih efektif dalam menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui harapan pelanggan. Dengan melakukan riset pasar yang menyeluruh dan memanfaatkan data analitik, startup dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan secara spesifik. Hal ini memungkinkan mereka untuk merancang solusi yang lebih relevan dan menarik, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari data yang dikumpulkan melalui wawancara dan analisis dokumen, terlihat bahwa startup yang berhasil menerapkan VPD mampu mencapai peningkatan signifikan dalam loyalitas dan penjualan. VPD tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memahami pelanggan, tetapi juga sebagai pendorong inovasi. Startup yang dapat mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi melalui solusi inovatif memiliki peluang lebih besar untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Contoh nyata seperti program "Loyalty Points" dan fitur "Konsultasi Kecantikan Virtual" menunjukkan bagaimana VPD bisa digunakan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Namun, keberhasilan penerapan VPD juga tidak lepas dari tantangan yang harus dihadapi oleh startup. Keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun manusia, sering kali menjadi kendala dalam proses implementasi yang efektif. Selain itu, kurangnya pemahaman tim tentang VPD dapat menghambat kesuksesan strategi ini. Oleh karena itu, dukungan dan komitmen dari seluruh anggota tim sangat penting. Setiap anggota tim harus memiliki pemahaman yang jelas tentang pentingnya VPD dalam konteks bisnis mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa VPD adalah strategi yang sangat efektif untuk membangun model bisnis yang berpusat pada pelanggan. Dengan pendekatan ini, startup dapat lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan dan harapan pelanggan, serta dapat beradaptasi lebih cepat terhadap dinamika pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pelaku usaha startup e-commerce di Indonesia, membantu mereka dalam memahami dan menerapkan VPD untuk meraih kesuksesan di era digital yang semakin kompetitif. Dengan demikian, VPD bukan hanya sekadar alat, tetapi juga sebuah filosofi yang dapat membimbing startup dalam menciptakan

nilai jangka panjang bagi pelanggan dan bisnis mereka sendiri.

Untuk memastikan keberhasilan penerapan Value Proposition Design (VPD) di startup e-commerce, terdapat beberapa saran yang dapat diimplementasikan. Dengan mengikuti saran-saran berikut, startup e-commerce di Indonesia dapat meningkatkan peluang mereka untuk berhasil dalam menerapkan VPD dan mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif. Menerapkan pendekatan ini dengan serius akan memungkinkan mereka untuk beradaptasi lebih baik terhadap perubahan kebutuhan pelanggan dan dinamika pasar. Untuk itu penulis menyarankan agar melakukan riset pasar yang mendalam, kemudian kembangkan pelatihanyang berguna untuk tim, serta menyebarkan Foster budaya inovasi, dan membangun komunikasi yang efektif serta mengalokasikan sumber daya yang cukup.

6. DAFTAR PUSTAKA

Al Qorni, Q., Setiaji, A., & Sutabri, T. (2023). Design and construction of the barbershop startup application using the lean startup method for the Palembang City area. *Journal of Sean Institute*. https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/InfoSains/article/view/3640/2881

APJII, Reza. (2022). APJII: Penetrasi internet Indonesia capai 77,02% pada 2022. *Databoks Katadata*. Retrieved June 10, 2022, from https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/apjii-penetrasi-internet-indonesia-capai-7702-pada-2022

Arif Tiro, Muh, Nusrang, Muh, & Sudarmin. (2020). Metodologi penelitian dan teknik analisis data. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat, 1*(2), 36–40.

Assyakurrohim, D., Ikhram, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 3*(01), 1–9. https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951

Azhar, R. M. (2022). Implementation of value proposition design in Indonesian tourism industry. *Journal of Economics, Finance and Management Studies, 5*(5). https://doi.org/10.47191/jefms/v5-i5-14

Azzaprillia, T. (2023). Opportunities and challenges: E-commerce in Indonesia from business legal perspective. *Wajah Hukum, 7*(2), 370. https://doi.org/10.33087/wjh.v7i2.1257

Azzery, Y. (2021). Analisa pertumbuhan e-commerce di era industri 4.0. *Academia.edu*.

Baldassarre, B., Calabretta, G., Bocken, N. M. P., & Jaskiewicz, T. (2017). Bridging sustainable business model innovation and user-driven innovation: A process for sustainable value proposition design. *Journal of Cleaner Production, 147*, 175–186. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.081

Burhan, C., Ciptomulyono, U., Udisubakti, S., Laksono, M., & Baihaqi, I. (2021). Sustainable business model innovations in the value uncaptured manufacturing industry: Fitting gains—gain creators. *Sustainability (Switzerland), 13*(10). https://doi.org/10.3390/su13105647

Darmastuti, S., Juned, M., Saraswati, D. P., Utami, R. A. A., & Raharjo, P. (2023). Peluang dan tantangan UMKM di Indonesia dalam perkembangan e-commerce: Studi perbandingan dengan UMKM di negara-negara ASEAN. *SOSIO DIALEKTIKA, 8*(1), 42. https://doi.org/10.31942/sd.v8i1.8786

Darmawan, F. R., Amalia, E. L., & Rosiani, U. D. (2021). Penerapan metode TOPSIS pada sistem pendukung keputusan untuk kota yang menerapkan pembatasan sosial berskala besar yang disebabkan wabah corona. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin), 9*(2), 250. https://doi.org/10.26418/justin.v9i2.43896

Handoyo, M. V., & Nirbito, J. G. (2021). Creating the Violetta Stationary startup business using the value proposition canvas. *KnE Social Sciences*. https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8800

Iqbal, M., Devasela, M. D., & Sutabri, T. (2023). Conceptual design TanyaAjaStartups connect with experts instantly using the sprint method. *Journal of Sean Institute*. https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/InfoSains/article/view/32

Kyhnau, J., & Nielsen, C. (2015). Review of value proposition design. *Journal of Business Models, 3*(1), 81–92.

Lentferink, A., Polstra, L., D'Souza, A., Oldenhuis, H., Velthuijsen, H., & Van Gemert-Pijnen, L. (2020). Creating value with eHealth: Identification of the value proposition with key stakeholders for the resilience navigator app. *BMC Medical Informatics and Decision Making, 20*(1). https://doi.org/10.1186/s12911-020-1088-1

Lestari, H. P. (2021). Analisis wacana kritis lirik lagu "Lexicon" ciptaan Isyana Sarasvati. *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa dan Sastra, 17*(1), 47. https://doi.org/10.26499/und.v17i1.3398

Mantiri, J. (2017). Penerapan metode pembelajaran studi kasus untuk meningkatkan hasil belajar mata kuliah kebijakan publik. *Jurnal Forum Pendidikan, 13*(2), 69–78.

Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian penelitian pendekatan kualitatif. *Metode Penelitian Sosial, 33*.

Marhawati, A. A., Erwina, & Raflianto. (2023). E-commerce dan startup: Wujud inovasi keberlanjutan bisnis di era industri 4.0. *Journal of Economics, Entrepreneurship, Management Business and Accounting, 1*(1), 34–40. https://doi.org/10.61255/jeemba.v1i1.16

Nazhari, A. F., & Irkham, N. (2023). Analisis dugaan praktik predatory pricing dan penyalahgunaan posisi dominan dalam industri e-commerce. *Jurnal Persaingan Usaha, 3*(1), 19–31. https://doi.org/10.55869/kppu.v3i1.85

Nurjaman, F. R. A., Aurachman, R., & Tripiawan, W. (2021). Business model canvas sebagai alternatif strategi bisnis dalam pengembangan industri kreatif: Studi kasus di galeri batik Agnesa Kota Tasikmalaya. *E-Proceeding of Engineering, 8*(1), 532.

Persada, S. F., Kunaifi, A., Ardiantono, D. S., Nareswari, N., & Noer, B. A. (2021). Peran

bisnis pada upaya pemajuan usaha kampung sejarah penelah di Surabaya: Pengembangan value proposition produk cindermata. *SEWAGATI, 5*(1), 36. https://doi.org/10.12962/j26139960.v5i1.7832

Pritchett, G. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want. *Central European Business Review, 3*(4), 52–52. https://doi.org/10.18267/j.cebr.104

Putri Salsabilla, Y., & Raafaldini Mirzanti, I. (2022). Value proposition design testing for developing fashion business. *European Journal of Business and Management Research, 7*(4), 270–273. https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.4.1572

Radziwill, N. (2015). Value proposition design. *Quality Management Journal, 22*(1), 61–61. https://doi.org/10.1080/10686967.2015.11918419

Salma, R., Wibawa, B. M., & Sinansari, P. (2021). Investigasi strategi positioning merek: Studi kasus industri e-commerce di Indonesia. *Jurnal Sains dan Seni ITS, 10*(1). https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i1.55016

Strategyzer. (2017). Strategyzer's value proposition canvas explained. *Strategyzer YouTube Channel*.

Suryanto, D. (2005). Etika penelitian. *Berkala Arkeologi, 25*(1), 17–22. https://doi.org/10.30883/jba.v25i1.906

Sutabri, T. (2012). *Analisis sistem informasi*. Andi OFFSET.

Sutabri, T., & Napitupulu, D. (2019). *Sistem informasi bisnis*. Andi OFFSET.

Wrede, C., Braakman-Jansen, A., & Van Gemert-Pijnen, L. (2022). How to create value with unobtrusive monitoring technology in home-based dementia care: A multimethod study among key stakeholders. *BMC Geriatrics, 22*(1). https://doi.org/10.1186/s12877-022-03550-1

Yusanto, Y. (2020). Ragam pendekatan penelitian kualitatif. *Journal of Scientific Communication (JSC), 1*(1). https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764