

ADITYA NPM.18.03.3.1.1.00097. *Value Proposition* Produk Jamu Ma'jun Rato Ebhu Berdasarkan Permintaan *Customer* menggunakan Metode *Value Proposition Design* (VPD) Dan *House Of Value* (HOV). Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Burhan, S.TP., M.T dan Ibu Rakhmawati, S.TP., M.T.

ABSTRAK

Jamu dodol Ma'jun merupakan salah satu produk jamu yang diproduksi oleh Rato Ebhu. Bahan baku yang digunakan untuk membuat jamu majun adalah tepung ketan hitam, jahe, cabe jamu, laos, kapulaga, kencur, merica butut, jinten hitam, gingseng, minyak wijen dan sirup madu. Jamu Ma'jun memiliki kelebihan dan kekurangan menurut konsumen jamu tersebut. Dalam hal ini penting diketahui oleh produsen terkait pengalaman-pengalaman dari konsumen. Hal ini perlu sebuah solusi untuk mempertahankan pengalaman baik dan mengurangi pengalaman yang tidak disukai konsumen, yaitu dengan metode VPD. Untuk medesain value proposition diperlukan suatu metode yang dinamakan Value Proposition Design (VPD). VPD terbagi menjadi dua sisi customer segments (CS) (jobs gains dan pains) dan value proposition (VP) (product/service gain creators dan pain relievers. Proses fitting VP dengan CS menggunakan metode House Of Value (HOV). Tujuan penelitian ini adalah Menentukan value proposition produk jamu dodol Ma'jun menggunakan metode value proposition design (VPD) dan house of value (HOV). Dalam penelitian ini Jobs (functionality, usability, dan pleasure) menggambarkan suatu permasalahan yang ingin customer selesaikan. Jobs diuraikan menjadi gains dan pains berdasarkan pengalaman konsumen. Pada (value map) respon produsen dinyatakan product/service, gain creators dan pain relievers. Responden yang digunakan adalah reseller jamu yang merepresentasikan suara konsumen. VP merupakan hasil akhir dalam penelitian ini. VP masih dalam tahap usulan rancangan produk jamu ma'jun. Berdasarkan proses perhitungan (fitting) HOV diperoleh hasil Value proposition dari sisi gain creators: Jamu berkhasiat mengobati (pegel linu, sakit pinggang dan menghangatkan badan) dengan bobot 0,37. Value Proposition dari sisi pain relievers: Jamu dikonsumsi rutin akan lebih cepat dirasakan khasiatnya dengan bobot 0,30.

Kata Kunci: Jamu Ma'jun, *Value Proposition Design*, *House Of Value*.

ABSTRACT

Jamu dodol Ma'jun is one of the herbal products produced by Rato Ebhu. The raw materials used to make herbal medicine are black sticky rice flour, ginger, chili herbs, laos, cardamom, kencur, black pepper, black cumin, ginseng, sesame oil and honey syrup. Jamu Ma'jun has advantages and disadvantages according to consumers of these herbs. In this case, it is important for producers to know about the experiences of consumers. This requires a solution to maintain a good experience and reduce the experience that consumers do not like, namely the VPD method. To design the value proposition, we need a method called Value Proposition Design (VPD). VPD is divided into two customer segments (CS) (jobs gains and pains) and value proposition (VP) (product/service gain creators and pain relievers. The process of fitting VP with CS uses the House Of Value (HOV) method. The purpose of this study is Determining the value proposition of Ma'jun dodol herbal products using the value proposition design (VPD) and house of value (HOV) methods. In this study Jobs (functionality, usability, and pleasure) describes a problem that the customer wants to solve. Jobs is broken down into gains and pains based on consumer experience. In the value map, producer responses are stated as product/service, gain creators and pain relievers. Respondents used are herbal medicine resellers who represent the voice of consumers. VP is the final result in this study. VP is still in the design proposal stage for herbal products ma'jun. Based on the calculation process (fitting) HOV obtained Value proposition results in terms of gain creators: Herbal medicine is efficacious for treating (aches and pains, back pain and warm body) with a weight of 0.37. Value Proposition in terms of pain relievers: Herbal medicine consumed regularly will feel its efficacy more quickly with a weight of 0.30.

Keywords: *Jamu Ma'jun, Value Proposition Design, House Of Value.*