



ABSTRAK

MODEL BISNIS SITUS JUAL BELI I-BUY DI KOTA SAMARINDA, KALIMANTAN TIMUR

Lasameil, Chelsea

20/470960/PEK/26687

Penelitian ini dilakukan untuk merancang model bisnis dan menganalisis kelayakan ekonomi situs jual beli I-buy. Situs jual beli I-buy merupakan sebuah media perantara antara toko grosir dengan konsumen dengan menggunakan situs. Menjadi sebuah media perantara, situs jual beli I-buy memberikan layanan yang menguntungkan bagi toko grosir dan mempermudah konsumen untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja. Selain menjadi media perantara, situs jual beli I-buy menggunakan strategi bisnis kemitraan pemasok dengan toko grosir. Melalui situs jual beli I-buy, toko grosir dapat melakukan transaksi penjualan produk sembako. Selain dapat digunakan oleh toko grosir, situs jual beli I-buy juga dapat digunakan oleh masyarakat sebagai media transaksi pembelian produk sembako. Pada saat konsumen melakukan transaksi pembelian melalui situs jual beli I-buy, tim ekspedisi dari situs jual beli I-buy akan mengantarkan produk sembako sesuai dengan alamat yang telah dipilih oleh konsumen.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dan didukung oleh data kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan adalah survei dan wawancara. Survei dilakukan kepada calon konsumen potensial yang berguna untuk mengetahui perilaku serta minat calon konsumen potensial berbelanja melalui situs jual beli I-buy sehingga dapat memberikan proposisi nilai kepada pelanggan dan mencapai segmen pelanggan yang tepat. Wawancara dilakukan pada tiga toko grosir di Samarinda, Kalimantan Timur untuk menjadi data pendukung dari survei yang telah dilakukan sehingga memberikan hasil yang dibentuk menjadi kanvas model bisnis situs jual beli I-buy. Metode kuantitatif merupakan analisa kelayakan ekonomi dari segi keuangan untuk mengetahui apakah situs jual beli I-buy layak untuk diimplementasikan atau tidak. Analisa yang dilakukan dengan memperhitungkan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan hasil positif terkait minat calon konsumen potensial untuk berbelanja melalui situs jual beli I-buy, serta minat toko grosir untuk menjalin kemitraan pemasok dengan situs jual beli I-buy. Melalui hasil tersebut, dapat memperkuat proposisi nilai dan segmen pelanggan yang dibentuk oleh situs jual beli I-buy. Berdasarkan hasil analisa kelayakan ekonomi, didapatkan hasil *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp. 484.317.382 dengan nilai *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 236,78%, dan nilai *Payback Period* (PP) selama satu tahun. Perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Model Bisnis, Kemitraan Pemasok, Situs Jual Beli.



ABSTRACT

SELL-BUY SITE OF I-BUY SITE BUSINESS MODEL IN THE CITY OF SAMARINDA, EAST KALIMANTAN

Lasameil, Chelsea

20/470960/PEK/26687

Study this conducted for designing business models and analyzing the appropriateness of selling site economy buy I-buy. Selling site buys I-buy is an intermediary. Between shop wholesalers with the consumer with uses the site. Become an intermediary media, selling site buy I-buy give favorable service for shop wholesale and make it easy consumer for shopping when only and anywhere. Besides becoming a media intermediary, selling site buy I-buy using strategy business partnership supplier with shop wholesale. Via the selling site buy I-buy, shop wholesaler could do transaction sale product groceries. Besides being used by shop wholesale, selling site buy, the community can also use I-buy as a transaction medium to purchase. At the moment consumers make transaction purchase via the sale site buy I-buy, and the team expedition from selling site buy I-buy will deliver product groceries in accordance with the address that has been chosen by consumers.

The method used in the research this is method qualitative and supported by quantitative data. Method qualitative used is surveys and interviews. The survey was conducted to determine consumer's useful potential for knowing behavior, as well as interest candidate consumer potential shop via the sale site, buy I-buy, to give proposition score to customers and achieve segment the right customer. Interviews were performed were three shop wholesalers in Samarinda, East Kalimantan to become supporting data from surveys conducted so that results formed. Becomes selling site business model canvas buy I-buy. Method quantitative is an analysis appropriateness economy from side finance for knowing if the site selling buy I-buy worth it for implemented or not. The study carried out takes into account *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP).

Based on research, show the results of positive related interest candidate consumer potential for shopping via the sale site buy I-buy, as well as interest shop wholesaler for weave partnership supplier with selling site buy I-buy. Through results that, can strengthen proposition value and segment customers formed by selling site buy I-buy. Based on results analysis appropriateness economy, get results *Net Present Value* (NPV) of Rp. 484,317.382 with score *Internal Rate of Return* (IRR) of 236.78%, and the value of *Payback Period* (PP) for one year. Calculations performed show that business this worthy for running.

Keywords : Business Model, Partnership Suppliers, Selling Sites Buy.