UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengembangan Model Bisnis Berbasis Digital Onspot Tenis:Peralatan Olahraga Tenis Lapangan
Mustofa Arif, Bayu Sutikno
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis berbasis digital pada Onspot.Tennis, sebuah usaha ritel perlengkapan tenis yang sedang berkembang dan berfokus pada penjualan produk melalui kanal digital. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya pertumbuhan pasar peralatan tenis global serta perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital dalam proses pencarian informasi hingga pembelian produk. Namun, implementasi model bisnis digital pada Onspot.Tennis masih belum optimal, terutama dalam aspek integrasi kanal penjualan, konsistensi informasi produk, kecepatan layanan pelanggan, serta pemanfaatan data pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelanggan, pelaku bisnis sejenis, serta observasi terhadap aktivitas bisnis digital Onspot.Tennis. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan peta empati dan Business Model Canvas untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kekuatan internal perusahaan, serta kesenjangan dalam implementasi model bisnis digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan informasi produk yang lengkap, layanan konsultasi yang cepat, rekomendasi yang personal, serta jaminan keaslian dan ketersediaan stok. Selain itu, pelanggan juga mengharapkan pengalaman belanja yang lebih terintegrasi dan berbasis digital. Di sisi lain, Onspot.Tennis memiliki potensi kuat dalam pengetahuan produk dan relasi komunitas, namun masih lemah dalam pengelolaan sistem digital, integrasi kanal, serta sumber daya manusia khusus digital. Berdasarkan temuan tersebut, dikembangkan rancangan model bisnis digital yang berfokus pada penguatan katalog digital, optimalisasi marketplace, layanan konsultatif berbasis pelanggan, serta integrasi sistem operasional. Kesimpulannya, pengembangan model bisnis berbasis digital pada Onspot.Tennis dinilai layak dan memiliki potensi peningkatan kinerja bisnis yang signifikan apabila didukung oleh penguatan kapabilitas digital, integrasi sistem, serta strategi pemasaran yang terstruktur.

Kata Kunci Digital, E-commerce, Integrasi, Konsultasi pelanggan, Model bisnis, Onspot.Tennis, Pemasaran digital

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengembangan Model Bisnis Berbasis Digital Onspot Tenis:Peralatan Olahraga Tenis Lapangan
Mustofa Arif, Bayu Sutikno
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study aims to develop a digital-based business model for Onspot.Tennis, a growing tennis equipment retail business that primarily operates through digital channels. The research is motivated by the increasing global tennis equipment market and the shift in consumer behavior toward digital platforms for product search, consultation, and purchasing. However, the implementation of the digital business model at Onspot.Tennis is still not optimal, particularly in terms of channel integration, product information consistency, customer respone speed, and customer data utilization. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with customers, competitors in the same industry, and direct observation of Onspot.Tennis digital business activities. The analysis was conducted using empathy mapping and the Business Model Canvas to identify customer needs, internal business capabilities, and gaps in the current digital business model. The findings show that customers require complete product information, fast consultation services, personalized recommendations, as well as assurance of product authenticity and stock availability. Customers also expect a more integrated and seamless digital shopping experience. On the other hand, Onspot.Tennis has strong advantages in product knowledge and community relationships, but still faces weaknesses in digital system management, channel integration, and dedicated human resources for digital operations. Based on these findings, a digital business model design is proposed focusing on strengthening digital catalogs, optimizing marketplaces, implementing consultative customer services, and improving system integration. In conclusion, the development of a digital-based business model for Onspot.Tennis is considered feasible and has significant potential to improve business performance, provided it is supported by stronger digital capabilities, system integration, and structured digital marketing strategies.

Keyword :, Business model, Consultation, Digital marketing, Digital business, E-commerce, Integration