



ABSTRAK

PERENCANAAN MODEL BISNIS APLIKASI JASA PENYEDIA PASAR KOPI (Dapurkopi.web.id)

Utomo Putro

14/376168/PEK/20337

Pertumbuhan dan perkembangan internet di Indonesia memberikan banyak pengaruh dalam kehidupan, baik dari sisi komunikasi, ilmu pengetahuan serta potensi bisnis yang menggunakan media internet dalam operasionalnya. Salah satu bisnis dalam dunia internet yang tumbuh subur di Indonesia adalah media sosial dan juga *e-commerce*. Industri *e-commerce* di Indonesia tumbuh dengan pesatnya baik untuk *e-commerce* dengan skala kecil ataupun *e-commerce* besar milik asing yang juga mendirikan anak perusahaan di Indonesia.

Ide yang dimiliki penulis adalah membuat suatu model bisnis *e-commerce* dengan nama Dapurkopi.web.id. Dapurkopi.web.id adalah sebuah *startup* berbasis aplikasi dan situs yang berfokus pada penyediaan pasar (*marketplace*) kopi. Dimana ada beberapa aspek yang sangat diperhatikan dalam perancangan model bisnis ini yaitu: aspek kesejahteraan petani, aspek peningkatan kualitas biji kopi yang dijual, dan tentunya aspek sosial dalam industri kopi Indonesia. Untuk itu, penulis membutuhkan perencanaan model bisnis yang akan digunakan sebagai pedoman dalam mendirikan dan menjalankan Dapurkopi.web.id.

Dapurkopi.web.id dikembangkan dengan memperhatikan kemudahan akses, estetika, daya tarik, serta variabilitas. Pengembangan *website* Dapurkopi disesuaikan dengan Sembilan elemen bisnis model kanvas yaitu segmen pelanggan, nilai tambah, saluran distribusi, hubungan antar konsumen, aktivitas kunci, sumber daya, kemitraan, pendapatan, dan biaya yang didapat dari analisa menggunakan *fishbone diagram* dan *empathy map*. Analisis juga dilakukan dengan cara evaluasi *website*, yang terdiri dari dua bagian yaitu evaluasi *website* berdasarkan *website* sejenis dan evaluasi berdasarkan kuesioner. Analisis juga didasarkan pada beberapa factor yang mempengaruhi kualitas *web usability* antara lain: *learnability*, *memorability*, *efficiency*, *errors*, dan *user's satisfaction*. Dari pelaksanaan uji coba *website*, diperoleh hasil yang meliputi data penilaian kualitas *usability* Dapurkopi dan hasil penyelesaian tugas-tugas dalam skenario uji coba. Berdasarkan evaluasi maka langkah berikutnya adalah penyusunan rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang yang bertujuan untuk menyempurnakan *website* supaya lebih komprehensif dalam memenuhi informasi tentang industri kopi.

Kata kunci: e-commerce, bisnis model, peta empati, kanvas model bisnis, kegunaan website, desain, fishbone diagram

ABSTRACT

PLANNING OF BUSINESS MODEL FOR COFFEE MARKET PROVIDER (Dapurkopi.web.id)

Utomo Putro

14/376168/PEK/20337

Growth and trend of the internet in Indonesia brings a lot of influence in life, both in terms of communication process, science and even for business that using internet for their operational. Social media and e-commerce are an example of internet business that thrives in Indonesia. An e-commerce itself growing rapidly in Indonesia, both for small scale e-commerce or even a large-scale e-commerce owned by foreign that establish their subsidiary in Indonesia.

Author's wants to create an e-commerce business named Dapurkopi.web.id. Dapurkopi.web.id is a website and application based startup that focused on creating marketplace for coffee industry in Indonesia. This business is generally designed with attention to several aspects, among others such as: sustainable business for coffee farmer, control quality for green beans, and other social aspect. Therefore, writer need to create business model for guidance starting this business.

Dapurkopi.web.id is developed with attention to several aspects, namely ease of access, aesthetics, attractiveness, and variability. Dapurkopi's website development is tailored to the nine elements of the canvas business model: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, key activities, key resources, key partnerships, revenues, costs and being analyzed by using fishbone diagrams and empathy maps. The analysis is also applied by using website evaluation. The website evaluation covers two things; similar website evaluation-based analysis and questionnaire-based analysis. In the analysis, several factors that influence the quality of website are also applied. The factors are learnability, memorability, efficiency, errors, and user's satisfaction. The test result of model showed that the five factors influence the quality of Dapurkopi as website positively. The try-out of model resulted in the assessment of usability quality and the accomplishment of try-out scenario. Based on the evaluation, the next stage is arranging short-term and long-term plan to develop website Dapurkopi more comprehensively and would be used as a facilitator for all stakeholders in coffee business who need information about coffee industry.

Keywords: e-commerce, business model, empathy map, business model canvas, usability website, design, fishbone diagram