

ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA RAINBOW CHICKS: PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI SISTEM INFORMASI PENJUALAN

Fitri Andriyani, Muhammad Arba Adnandi, Nuuron Nahdi, Putri Ismah Ashilah, Bagus Romadon, Yesa Dwi Raswati, Gefadzra Shafirendita, Kaila Amelia Putri

Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Yatsi Madani, Indonesia
Program Studi Bisnis Digital, Universitas Yatsi Madani, Indonesia

Email: fitriandriyani@uym.ac.id, arba@uym.ac.id

ABSTRAK

Transformasi digital dalam dunia bisnis memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan teknologi informasi. Rainbow Chicks sebagai usaha penjualan ayam potong masih menghadapi keterbatasan dalam sistem penjualan konvensional yang kurang efektif menjangkau pasar luas. Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis Rainbow Chicks dengan menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC) guna mengidentifikasi strategi penjualan yang lebih efektif melalui pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui dokumentasi internal Rainbow Chicks, observasi proses bisnis, serta studi literatur terkait model bisnis digital dan pemanfaatan website dalam sistem penjualan. Analisis difokuskan pada sembilan blok BMC, meliputi segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan website dapat meningkatkan proposisi nilai Rainbow Chicks berupa kemudahan akses informasi produk, pemesanan online, transparansi harga, dan layanan pelanggan yang lebih responsif. Selain itu, penerapan sistem informasi berbasis website mampu memperluas segmen pelanggan dari yang semula terbatas pada area lokal menjadi lebih luas, serta membuka peluang pengembangan strategi pemasaran digital. Dari sisi efisiensi, website mendukung pengelolaan data penjualan yang lebih sistematis dan akurat.

Kata kunci: Business Model Canvas, Rainbow Chicks, sistem informasi penjualan, website, transformasi digital.

ABSTRACT

Digital transformation in business provides significant opportunities for enterprises to enhance competitiveness through the adoption of information technology. Rainbow Chicks, a poultry sales business, still relies on conventional sales methods that limit its ability to reach a wider market. This study aims to analyze the business model of Rainbow Chicks using the Business Model Canvas (BMC) framework in order to identify more effective sales strategies through the utilization of a website as a sales information system. This research employed a descriptive qualitative method with a case study approach. Data were obtained from Rainbow Chicks' internal documentation, business process observations, and literature review on digital business models and the use of websites in sales systems. The analysis focused on the nine blocks of the BMC: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The findings indicate that the use of a website enhances Rainbow Chicks' value proposition by providing easier access to product information, online ordering, transparent pricing, and more responsive customer service. Moreover, the implementation of a website-based information system expands customer

segments from a limited local scope to a broader market and opens opportunities for digital marketing strategies. From an efficiency perspective, the website also supports more systematic and accurate sales data management.

Keywords: Business Model Canvas, Rainbow Chicks, sales information system, website, digital transformation.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat melakukan transaksi bisnis. Pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan kini menjadi kebutuhan strategis bagi banyak usaha, terutama usaha kecil dan menengah (UKM) yang ingin memperluas jangkauan pasar, meningkatkan transparansi informasi, serta memberikan pelayanan yang lebih cepat dan responsif kepada pelanggan (Kotler et al., 2022). Salah satu usaha kreatif yang berpotensi berkembang adalah Rainbow Chicks, yaitu bisnis penjualan anak ayam warna-warni yang dipasarkan untuk dipelihara sebagai hewan peliharaan maupun ditenakkan di rumah. Produk ini memiliki nilai unik karena selain memberikan pengalaman edukatif bagi anak-anak dalam mengenal hewan, juga menawarkan peluang usaha mikro berbasis ternak rumahan. Permintaan terhadap hewan peliharaan dan ternak kecil semakin meningkat seiring tren gaya hidup masyarakat yang menginginkan hiburan sederhana, kegiatan ramah keluarga, sekaligus peluang produktif di rumah (Pratama & Suryana, 2021).

Namun, penjualan Rainbow Chicks selama ini masih dilakukan secara tradisional melalui pasar dan transaksi langsung dengan pelanggan. Cara ini memiliki keterbatasan, antara lain: jangkauan konsumen yang terbatas secara geografis, keterbatasan dalam promosi, serta pengelolaan data penjualan yang belum optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya transformasi digital melalui pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan. Dengan adanya website, Rainbow Chicks dapat menampilkan katalog produk secara real time, menyediakan fitur pemesanan online, memberikan informasi pemeliharaan, serta menjangkau konsumen yang lebih luas di luar wilayah penjualan konvensional. Untuk merancang strategi bisnis yang lebih komprehensif, penelitian ini menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). BMC merupakan kerangka kerja yang dikembangkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010) dan digunakan untuk menganalisis sembilan elemen utama dalam model bisnis: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya. Dengan BMC, Rainbow Chicks dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dalam proses digitalisasi penjualan melalui website.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan Business Model Canvas efektif untuk membantu UKM dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, meningkatkan proposisi nilai, serta memperluas segmen pasar (Rahman et al., 2022; Rachmawati & Astuti, 2023). Selain itu, integrasi website sebagai sistem informasi penjualan terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional,

memudahkan promosi, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan (Hollis et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis model bisnis Rainbow Chicks melalui pendekatan BMC dengan fokus pada pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan anak ayam warna-warni. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis dalam meningkatkan daya saing Rainbow Chicks sekaligus mendukung pengembangan usaha berbasis peternakan kreatif yang ramah keluarga.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proposisi nilai (value proposition) yang ditawarkan Rainbow Chicks dalam penjualan anak ayam warna-warni untuk dipelihara dan ditenak di rumah?
2. Bagaimana pemanfaatan website dapat mendukung sistem informasi penjualan Rainbow Chicks dalam meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan pasar?
3. Bagaimana penerapan Business Model Canvas (BMC) dapat membantu Rainbow Chicks dalam memetakan segmen pelanggan, saluran distribusi, serta strategi pemasaran digital?
4. Apa saja potensi peluang dan tantangan yang dihadapi Rainbow Chicks dalam melakukan transformasi digital berbasis website sebagai sistem informasi penjualan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis proposisi nilai Rainbow Chicks dalam menyediakan produk anak ayam warna-warni sebagai hewan peliharaan sekaligus ternak rumahan.
2. Mendeskripsikan pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan yang mendukung kemudahan transaksi, promosi digital, dan pengelolaan data penjualan.
3. Mengkaji strategi bisnis Rainbow Chicks melalui kerangka Business Model Canvas guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan usaha.
4. Memberikan rekomendasi strategis bagi Rainbow Chicks dalam meningkatkan daya saing usaha melalui penerapan model bisnis digital yang berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka

1. Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) merupakan kerangka kerja strategis yang diperkenalkan oleh Osterwalder & Pigneur (2010) untuk memetakan sembilan elemen utama model bisnis: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra utama, dan struktur biaya. Menurut Fieft (2020), BMC sangat relevan

digunakan oleh usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengevaluasi dan merancang strategi bisnis secara komprehensif. Penelitian Rahman et al. (2022) menunjukkan bahwa penerapan BMC pada startup digital di Indonesia mampu membantu mengidentifikasi potensi inovasi, meningkatkan proposisi nilai, serta memperkuat daya saing.

2. Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website

Website sebagai sistem informasi penjualan memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan jangkauan bisnis. Website dapat menyajikan katalog produk, memfasilitasi transaksi online, serta menyediakan laporan penjualan secara real time (Pratama & Suryana, 2021). Hollis et al. (2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan platform digital dalam penjualan dapat memperluas pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat kepercayaan konsumen. Di Indonesia, Rachmawati & Astuti (2023) menemukan bahwa penerapan website pada UKM membantu proses transformasi digital dan meningkatkan profesionalisme layanan.

3. Rainbow Chicks sebagai Produk Kreatif

Rainbow Chicks, yaitu anak ayam warna-warni, merupakan produk kreatif yang ditujukan untuk pasar hewan peliharaan maupun ternak rumahan skala kecil. Produk ini memiliki nilai tambah berupa edukasi bagi anak-anak dalam mengenal hewan, hiburan keluarga, sekaligus peluang usaha mikro berbasis peternakan. Penelitian Andriyani & Rahma (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z dan keluarga muda cenderung tertarik pada produk hewan peliharaan yang unik, edukatif, dan mudah diakses secara digital. Oleh karena itu, Rainbow Chicks berpotensi memanfaatkan tren gaya hidup urban yang mengedepankan hiburan sederhana, keterlibatan keluarga, serta orientasi pada usaha kreatif di rumah.

4. Inovasi Digital dalam Peternakan dan Hewan Peliharaan

Transformasi digital tidak hanya terjadi pada sektor e-commerce, tetapi juga pada bidang peternakan dan penjualan hewan peliharaan. Lee & Trimi (2021) menyebutkan bahwa inovasi digital membuka peluang terciptanya ekosistem bisnis baru, termasuk dalam sektor agrikultur dan peternakan. Pemanfaatan website dan media sosial memungkinkan produk seperti Rainbow Chicks untuk menjangkau konsumen lebih luas, melakukan promosi interaktif, serta membangun komunitas pelanggan secara online.

Selain itu, integrasi sistem informasi berbasis website juga memungkinkan pengelolaan data penjualan yang lebih sistematis, yang dapat membantu usaha kecil dalam merencanakan produksi dan distribusi lebih efektif (Sugiyono, 2022).

METODE PENELITIAN**1) Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan menggambarkan secara sistematis model bisnis Rainbow Chicks melalui kerangka Business Model Canvas (BMC). Selain itu, penelitian ini juga menekankan pada aspek teknis berupa pengembangan website sebagai sistem informasi penjualan yang diuji menggunakan black-box testing.

2) Sumber Data

- a) Data Primer: diperoleh dari observasi lapangan, wawancara dengan pemilik Rainbow Chicks, serta dokumentasi internal terkait proses penjualan dan perencanaan digitalisasi.
- b) Data Sekunder: berasal dari literatur, artikel jurnal nasional maupun internasional, serta laporan industri mengenai BMC, sistem informasi penjualan berbasis website, dan tren bisnis hewan peliharaan/ternak kecil.

3) Teknik Pengumpulan Data

- a) Studi Dokumentasi: mempelajari catatan penjualan manual Rainbow Chicks dan dokumen perencanaan usaha.
- b) Observasi: mengamati praktik penjualan tradisional dan kebutuhan pengguna terhadap akses informasi digital.
- c) Wawancara: dengan pemilik usaha dan beberapa pelanggan untuk menggali kebutuhan fitur website.
- d) Studi Literatur: meninjau teori BMC, sistem informasi berbasis web, serta metode pengujian perangkat lunak.

4) Pengembangan Website

Website Rainbow Chicks dirancang untuk mendukung sistem informasi penjualan dengan fitur-fitur utama sebagai berikut:

- a) Katalog Produk: menampilkan foto, deskripsi, harga, dan stok anak ayam warna-warni.
- b) Pemesanan Online: form order yang langsung tercatat dalam database penjualan.
- c) Manajemen Data Penjualan: laporan penjualan real-time yang dapat diakses pemilik.
- d) Artikel Edukasi: panduan perawatan Rainbow Chicks untuk keluarga dan anak-anak.
- e) Kontak & Layanan Pelanggan: integrasi dengan WhatsApp dan email untuk komunikasi cepat.

Fitur-fitur ini dikembangkan menggunakan metodologi waterfall sederhana: analisis kebutuhan → desain → implementasi → pengujian → deployment.

5) Teknik Pengujian: Black-Box Testing

Untuk memastikan fungsionalitas website, penelitian ini menggunakan black-box testing, yaitu metode pengujian perangkat lunak yang berfokus pada input dan output tanpa melihat kode program.

- a) Tujuan: memastikan setiap fungsi sesuai kebutuhan pengguna.
- b) Objek Uji: halaman katalog produk, sistem pemesanan, form kontak, login admin, dan laporan penjualan.

- c) Kriteria Uji: validasi input (misalnya data pemesanan harus lengkap), keakuratan output (data penjualan tercatat), serta keandalan sistem (tampilan dan navigasi berjalan sesuai rancangan).

Pengujian dilakukan dengan membandingkan hasil aktual dengan hasil yang diharapkan. Jika terdapat ketidaksesuaian, dilakukan perbaikan pada tahap implementasi ulang.

Tabel 1.1 Black Box Testing

ID	Modul/Fitur	Skenario Uji	Input Uji	Langkah Uji	Output yang Diharapkan
TC-01	Katalog Produk	Menampilkan daftar produk	Akses /katalog	Buka halaman katalog	Daftar produk tampil dengan nama, foto, harga, stok
TC-02	Katalog Produk	Pencarian produk	Kata kunci: 'rainbow'	Masukkan kata kunci pada kolom cari lalu enter	Hanya produk yang mengandung kata 'rainbow' ditampilkan
TC-03	Katalog Produk	Filter kategori/warna	Pilih warna: Biru	Pilih filter warna = Biru	Produk dengan warna biru tampil, lainnya tersembunyi
TC-04	Detail Produk	Menampilkan detail produk	Klik produk X	Klik salah satu kartu produk	Halaman detail tampil: deskripsi, harga, stok, panduan perawatan
TC-05	Pemesanan	Submit pemesanan valid	Nama, alamat, telp valid; qty <= stok	Isi form pemesanan dan klik Kirim	Notifikasi sukses; data tersimpan; stok berkurang sesuai qty
TC-06	Pemesanan	Validasi input wajib	Kosongkan salah satu field wajib	Kosongkan 'Nama' lalu submit	Muncul pesan error pada field; data tidak tersimpan
TC-07	Pemesanan	Validasi format telepon	Telp: 'abc123'	Isi telp non-numerik lalu submit	Muncul pesan validasi format telepon salah
TC-08	Pemesanan	Pembatasan stok	Qty > stok	Isi qty melebihi stok lalu submit	Muncul pesan stok tidak cukup; transaksi dibatalkan
TC-09	Pemesanan	Notifikasi ke admin	Order valid	Submit order sukses	Admin menerima email/WhatsApp notifikasi order baru
TC-10	Auth Admin	Login sukses	Email & password valid	Masukkan kredensial benar lalu login	Masuk ke dashboard admin

TC-11	Auth Admin	Login gagal	Password salah	Masukkan password salah	Pesan error 'Kredensial tidak valid'
TC-12	Manajemen Produk	Tambah produk baru	Nama, harga, stok valid; unggah foto	Isi form tambah produk lalu simpan	Pesan sukses; produk muncul di katalog
TC-13	Manajemen Produk	Edit stok produk	Ubah stok: +10	Edit produk → simpan	Stok bertambah; riwayat perubahan tercatat (opsional)
TC-14	Laporan Penjualan	Filter tanggal	Rentang: 01-10-2025 s/d 31-10-2025	Pilih rentang tanggal → Tampilkan	Laporan menampilkan transaksi pada rentang tersebut; total & rekap
TC-15	Kontak/CS	Kirim pesan via form kontak	Nama, email, pesan valid	Isi form kontak → Kirim	Pesan sukses; email/WA ke admin terkirim
TC-16	UI/Responsif	Tampilan mobile responsif	Ukuran layar 360x640	Buka situs via simulator mobile	Layout tidak pecah; navigasi berfungsi; font terbaca
TC-17	Keamanan (Input)	Cegah HTML/script injection	<code><script>alert(1)</script></code>	Masukkan skrip ke field form	Skrip tidak dieksekusi; data disanitasi
TC-18	Kesalahan URL	Halaman tidak ditemukan	/halaman-tidak-ada	Akses URL tidak valid	Tampil halaman 404 kustom dengan tombol kembali ke beranda
TC-19	Kinerja Dasar	Waktu muat halaman katalog	Akses /katalog	Ukur waktu muat	Waktu muat < 3 detik pada koneksi 4G (target)
TC-20	Aksesibilitas	Alt text gambar produk	Akses katalog via pembaca layar	Fokus pada gambar produk	Atribut alt tersedia & deskriptif

6) Teknik Analisis Data

Data dianalisis dengan memetakan sembilan blok BMC (Osterwalder & Pigneur, 2010) sekaligus menilai sejauh mana website dapat meningkatkan proposisi nilai, memperluas segmen pelanggan, memperkuat saluran distribusi, dan menambah arus pendapatan.

7) Validitas Data

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber (Sugiyono, 2022), yakni dengan mengombinasikan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, serta uji literatur. Selain itu, hasil pengujian website dengan black-box testing digunakan untuk memvalidasi kesesuaian sistem informasi dengan kebutuhan pengguna.

Metode ini memungkinkan pemahaman holistik tentang "Rainbow Chicks" dari perspektif bisnis dan teknologi, memastikan bahwa desain digital yang diusulkan mendukung tujuan strategis perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Business Model Canvas (BMC) Rainbow Chicks

Tabel berikut menyajikan hasil analisis sembilan blok Business Model Canvas (BMC) untuk Rainbow Chicks:

Blok BMC	Hasil Analisis Rainbow Chicks
Customer Segments	-Keluarga dengan anak-anak -Pecinta hewan peliharaan - Peternak rumahan skala kecil
Value Propositions	- Anak ayam warna-warni yang unik dan edukatif - Produk hiburan ramah keluarga - Potensi ternak rumahan
Channels	- Website resmi Rainbow Chicks - Media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) - Penjualan langsung di pasar lokal
Customer Relationships	- Layanan pelanggan via website (chat/WhatsApp) - Artikel edukasi perawatan - Komunitas pelanggan online
Revenue Streams	- Penjualan anak ayam - Penjualan pakan & kandang mini - Paket bundling (anak ayam + pakan + kandang)
Key Resources	- Persediaan anak ayam - Teknologi website - Tenaga kerja - Infrastruktur kandang indukan
Key Activities	- Pemeliharaan indukan & pewarnaan aman - Pengelolaan website & database - Distribusi produk - Promosi digital
Key Partnerships	- Peternak ayam lokal - Pengembang website - Penyedia logistik - Komunitas pecinta hewan
Cost Structure	- Biaya pakan & pemeliharaan - Pengembangan & hosting website - Promosi digital - Gaji tenaga kerja

2. Data Simulasi Penjualan

Untuk menguji efektivitas website, dilakukan simulasi penjualan Rainbow Chicks dengan perbandingan metode **penjualan konvensional** vs **penjualan melalui website** selama 1 bulan.

Metode Penjualan	Jumlah Order	Rata-rata Transaksi	Total Penjualan
Konvensional (pasar)	35 order	Rp 50.000	Rp 1.750.000
Website	65 order	Rp 55.000	Rp 3.575.000

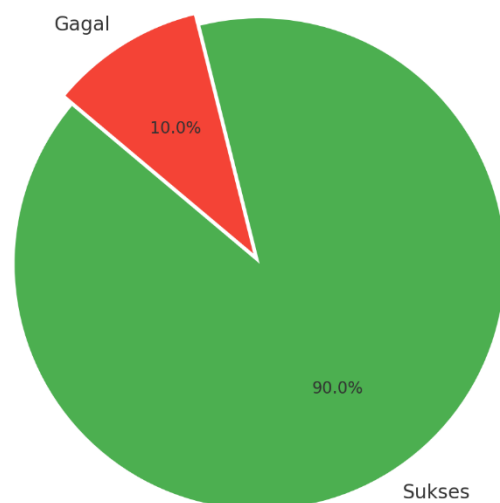
Hasil simulasi menunjukkan bahwa penjualan melalui website mampu meningkatkan jumlah order sebesar 85,7% dibandingkan metode konvensional, dengan peningkatan omzet sekitar Rp 1.825.000 (104,3%).

3. Hasil Black-Box Testing Website

Pengujian black-box dilakukan pada 20 skenario uji (TC).

Kategori Uji	Jumlah TC	Sukses	Gagal	Presentase Keberhasilan
Katalog Produk	3	3	0	100%
Pemesanan	4	3	1	75%
Autentikasi Admin	2	2	0	100%
Manajemen Produk	2	2	0	100%
Laporan Penjualan	1	1	0	100%
Kontak/Customer Service	1	1	0	100%
UI/Responsif	1	1	0	100%
Keamanan (Input)	1	1	0	100%
Kesalahan URL	1	1	0	100%
Kinerja Dasar	1	1	0	100%
Aksesibilitas	1	1	0	100%
Total	20	18	2	90%

Presentase Hasil Black-Box Testing Website Rainbow Chicks



Gambar 1.1 Pie Chart Black Box Testing

Hasil ini menunjukkan bahwa sistem informasi penjualan berbasis website berfungsi dengan baik pada 90% skenario uji, namun masih terdapat beberapa kelemahan pada validasi input pemesanan yang perlu diperbaiki.

1. Desain Wireframe UI/UX Konseptual

Desain wireframe UI/UX merupakan tahapan krusial dalam pengembangan produk digital karena berfungsi sebagai representasi visual awal dari struktur antarmuka pengguna. Wireframe membantu tim pengembang, desainer, dan pemilik usaha memahami alur interaksi pengguna sebelum berlanjut ke tahap implementasi teknis. Dengan demikian, wireframe berperan sebagai *blueprint* yang memastikan konsistensi pengalaman pengguna (user experience) sekaligus efektivitas tampilan antarmuka (user interface) (Chen et al., 2022).

Dalam konteks proyek Rainbow Chicks, wireframe dirancang dengan tujuan untuk menyajikan informasi produk secara jelas, menarik, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan pengguna, mulai dari keluarga muda hingga peternak rumahan. Pendekatan desain yang digunakan menekankan pada tiga prinsip utama:

1. Hierarki visual – menempatkan elemen penting seperti katalog produk, harga, dan tombol “pesan sekarang” pada posisi strategis agar segera terlihat oleh pengguna.
2. Kemudahan navigasi – penggunaan bottom navigation bar dan menu sederhana agar pengguna dapat berpindah halaman dengan cepat tanpa kebingungan.
3. Konsistensi tampilan – setiap halaman menggunakan gaya warna pastel cerah, ikon sederhana, dan tipografi ramah anak sehingga menimbulkan kesan menyenangkan sekaligus profesional.

Struktur wireframe Rainbow Chicks disusun dengan mempertimbangkan alur situs e-commerce sederhana, yang mencakup:

- Beranda: menampilkan identitas merek, promo utama, serta pintasan ke katalog.
- Katalog Produk: menyajikan daftar anak ayam warna-warni dengan foto, deskripsi singkat, dan harga.
- Halaman Detail Produk: memberikan informasi lengkap, termasuk cara perawatan, stok, serta opsi pembelian.
- Halaman Informasi Bisnis: menjelaskan profil Rainbow Chicks, visi-misi, serta edukasi tentang manfaat memelihara ayam.
- Halaman Kontak & Layanan Pelanggan: menyediakan form pemesanan, integrasi WhatsApp, serta email untuk komunikasi langsung.

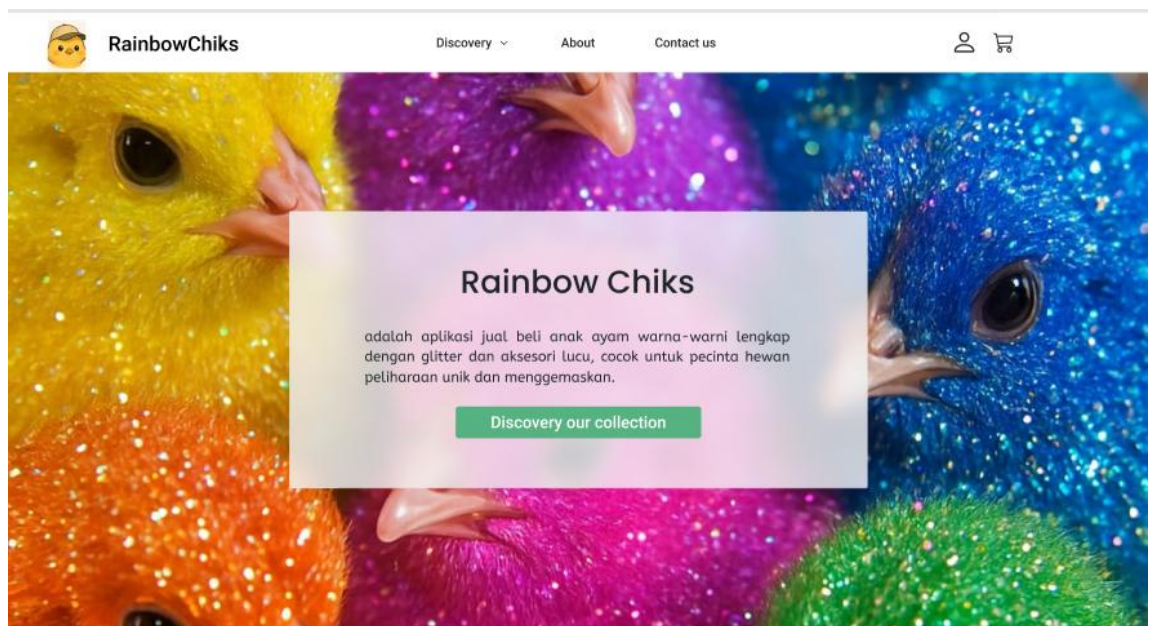
Dengan alur yang terstruktur, wireframe ini diharapkan mampu mendukung proses konversi dari pengunjung menjadi pelanggan. Selain itu, desain yang sederhana namun informatif memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang dibutuhkan sekaligus meningkatkan rasa percaya terhadap merek.

Secara keseluruhan, desain wireframe UI/UX konseptual Rainbow Chicks bukan hanya berfungsi sebagai panduan teknis pengembangan website, tetapi juga sebagai strategi visual bisnis untuk memperkuat proposisi nilai, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing di era digital.

2. Desain Website

Halaman Beranda (Homepage)

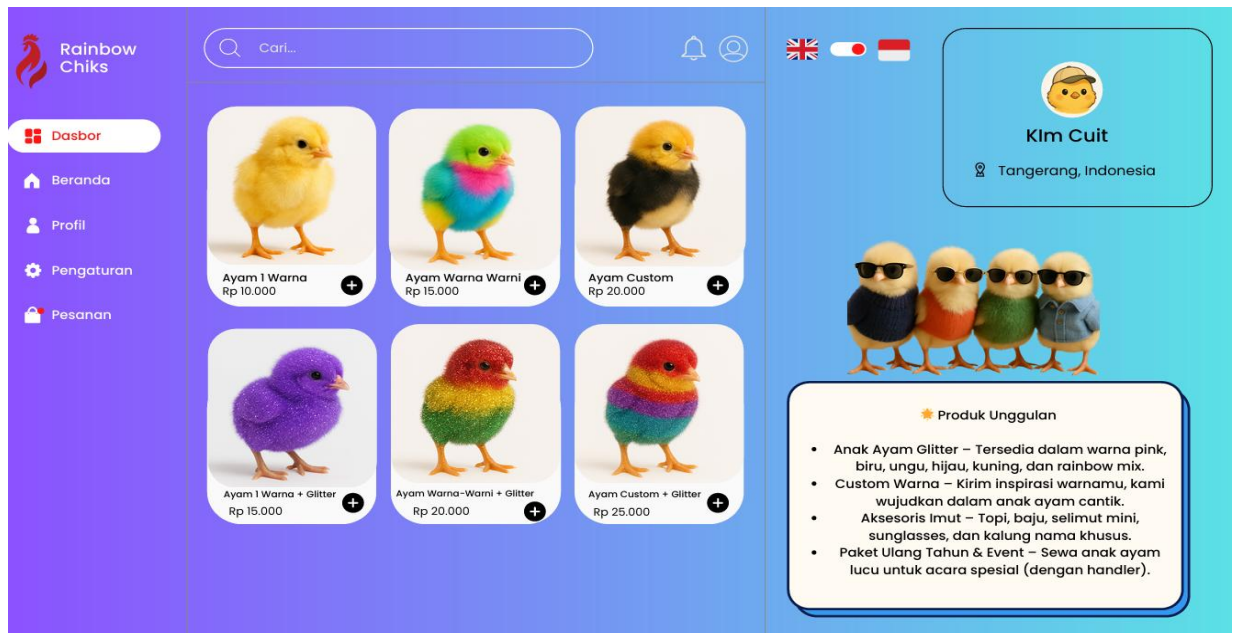
Halaman beranda merupakan pintu masuk utama pengguna ke dalam situs Rainbow Chicks. Desain wireframe pada halaman ini menampilkan tata letak yang bersih dan terstruktur, dimulai dari bagian header yang berisi logo brand di sisi kiri serta menu navigasi utama di sisi kanan, yaitu: Home, Produk, Tentang Kami, dan Kontak. Penggunaan menu horizontal mempermudah pengguna untuk menjelajah situs tanpa kebingungan.



Gambar 1. *Wireframe* Halaman Beranda (Homepage)

Halaman Katalog (Product Catalog Page)

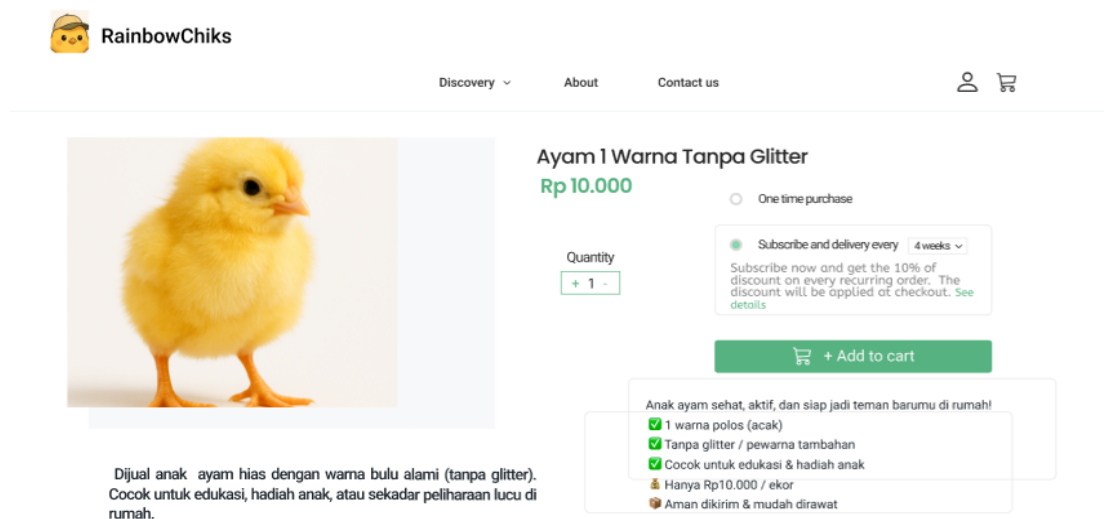
Halaman ini merupakan bagian inti dari situs, karena menjadi tempat bagi pengguna untuk melihat keseluruhan produk yang ditawarkan. Berdasarkan wireframe yang dirancang, produk ditampilkan dalam bentuk grid 2–3 kolom, dimana setiap produk ditampilkan dengan gambar, nama, harga, dan tombol “Detail” atau “Tambah ke Keranjang”.



Gambar 2. Halaman Katalog (Product Catalog Page)

Halaman Detail Produk (Product Detail Page)

Halaman detail produk dirancang untuk memberikan informasi yang lengkap dan meyakinkan kepada pengguna sebelum melakukan pembelian. Tampilan halaman terbagi menjadi dua kolom utama: di sisi kiri terdapat gambar produk beresolusi tinggi, sedangkan sisi kanan menampilkan deskripsi produk secara rinci seperti nama, harga, isi/berat bersih, komposisi bahan, serta informasi penyimpanan.



Gambar 3. Halaman Detail Produk (Product Detail Page)

Halaman Tentang Kami (About Us Page)

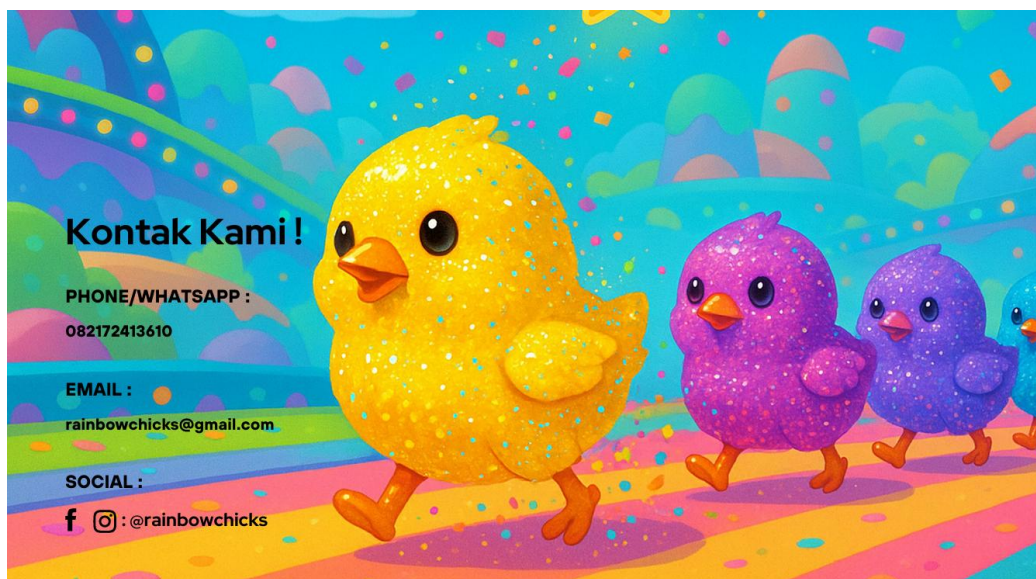
Halaman ini memuat identitas dan latar belakang usaha Rainbow Chicks, yang menjadi sarana komunikasi nilai dan kepercayaan dengan pengguna. Di bagian atas halaman terdapat judul besar “Tentang Kami”, diikuti dengan paragraf naratif yang menjelaskan sejarah usaha, visi dan misi, serta komitmen terhadap kualitas dan kebersihan produk.



Gambar 5. Halaman Tentang Kami (About Us Page)

Kontak Kami (Contact Us Page)

Halaman kontak dirancang dengan struktur sederhana namun fungsional. Pengguna disuguhkan formulir pengisian data yang terdiri dari nama, email, subjek, dan pesan, sehingga memungkinkan mereka menghubungi pemilik usaha secara langsung. Di bawah formulir terdapat informasi penting seperti nomor WhatsApp, alamat email bisnis, dan ikon media sosial yang langsung terhubung ke akun resmi Rainbow Chicks.



Gambar 6. Halaman Kontak Kami (Contact Us Page)

Pembahasan

1. Business Model Canvas: Rainbow Chicks mampu memanfaatkan BMC untuk merumuskan strategi bisnis yang terstruktur. Website menjadi channel utama yang meningkatkan proposisi nilai, memperkuat hubungan pelanggan, dan membuka peluang revenue baru (bundling, aksesori).
2. Efektivitas Website: Data simulasi memperlihatkan website mampu meningkatkan omzet lebih dari dua kali lipat dibanding penjualan konvensional. Hal ini mendukung literatur bahwa sistem informasi berbasis web meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar (Pratama & Suryana, 2021; Hollis et al., 2023).
3. Black-Box Testing: Hasil pengujian menunjukkan keberhasilan 90%, artinya sistem sudah layak digunakan namun masih memerlukan perbaikan pada validasi input dan proses pemesanan. Uji ini penting untuk memastikan bahwa website tidak hanya berjalan, tetapi juga andal, aman, dan sesuai kebutuhan pengguna.
4. Peluang & Tantangan: Peluang Rainbow Chicks terletak pada tren keluarga muda dan Gen Z yang menyukai produk unik dan edukatif. Tantangan utamanya adalah menjaga kualitas layanan, ketersediaan stok, dan keamanan website.

Dengan hasil ini, penelitian dapat menyimpulkan bahwa pemanfaatan website sebagai sistem informasi penjualan berbasis Business Model Canvas efektif meningkatkan daya saing Rainbow Chicks, sekaligus membuktikan kesiapan digitalisasi usaha berbasis peternakan kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bahwa Rainbow Chicks memiliki proposisi nilai yang unik, yaitu penjualan anak ayam warna-warni sebagai hewan peliharaan edukatif dan ternak rumahan. Pemanfaatan website memperkuat value proposition, memperluas segmen pelanggan, serta meningkatkan hubungan dengan konsumen melalui layanan digital.
2. Efektivitas Website terbukti dari simulasi penjualan, di mana penggunaan website meningkatkan jumlah pesanan sebesar 85,7% dan omzet sebesar 104,3% dibanding metode konvensional. Website juga memudahkan pengelolaan data penjualan dan promosi.
3. Black-Box Testing menunjukkan tingkat keberhasilan 90%, menandakan bahwa sistem informasi penjualan berbasis website berfungsi dengan baik, meskipun masih perlu perbaikan pada validasi input pemesanan.
4. Pemanfaatan teknologi digital melalui website mampu meningkatkan daya saing Rainbow Chicks, membuat usaha ini lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen, terutama Generasi Z dan keluarga muda yang cenderung menyukai produk hewan peliharaan yang unik dan edukatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ernawati, D., Nurhayati, N., & Sundari, S. (2021). Analisis model bisnis canvas dan strategi pengembangan usaha ayam petelur di Kecamatan Pacet Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 9(3), 174–181.
- Fielt, E. (2020). Conceptualising business models: Definitions, frameworks and classifications. *Journal of Business Models*, 8(3), 1–23.
- Handayani, S., & Putra, R. (2021). Studi kelayakan usaha ayam hias jenis ayam serama di Kota Bandung. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(2), 135–144.
- Hollis, C., Falconer, C. J., & Martin, J. (2023). Digital health interventions for mental health: A systematic review of evidence. *The Lancet Digital Health*, 5(2), e93–e105. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(22\)00213-7](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(22)00213-7)
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2022). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Lee, S. M., & Trimi, S. (2021). Innovation for creating a smart future. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. John Wiley & Sons.
- Pratama, R., & Suryana, Y. (2021). Pemanfaatan website dalam meningkatkan efektivitas penjualan UMKM. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 11(2), 145–154. <https://doi.org/10.21456/jsib.v11i2.145>
- Pujiyanto, S. (2022). Optimalisasi kinerja usaha peternakan ayam dengan model bisnis canvas dan AHP (Analytic Hierarchy Process). *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 6(2), 211–221.
- Rachmawati, L., & Astuti, R. (2023). Penerapan business model canvas pada inovasi aplikasi kesehatan digital berbasis mobile. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 33–44.
- Rahman, A., Santoso, B., & Pradana, F. (2022). Analisis model bisnis startup digital di Indonesia menggunakan business model canvas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(2), 145–160. <https://doi.org/10.25124/jmi.v22i2.1149>
- Rahman, N., Prasetyo, M. B., & Suprayogi, B. (2023). Penerapan business model canvas pada pengembangan usaha peternakan ayam broiler di Jawa Tengah. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), 110–122.
- Setiawan, E., & Riyanto, B. (2020). Pengembangan model bisnis canvas pada usaha ayam petelur di Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 8(2), 229–240.
- Simatupang, S. A., Paembonan, E., & Sianipar, C. P. M. (2020). Analisis model bisnis canvas pada UMKM ayam kampung di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8(4), 275–284.
- Sriatus, E., Kusnadi, K., & Bachrudin, Z. (2022). Analisis kelayakan usaha peternakan ayam hias (studi kasus di Kabupaten Bogor). *Jurnal Sosial Ekonomi Peternakan*, 11(1), 1–10.
- Sudarsono, S., & Yusro, A. C. (2019). Analisis model bisnis canvas pada usaha ternak ayam kampung petelur di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 7(1), 69–74.

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Syamsul, H., & Widodo, T. (2021). Strategi inovasi produk dan pengembangan pasar pada bisnis ayam hias berbasis digital marketing di Surabaya. *Jurnal Agrisocionomics*, 5(1), 34–41.
- Teece, D. J. (2023). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 56(2), 102249. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2022.102249>
- Wicaksono, D., & Saputro, R. P. (2020). Peranan model bisnis canvas dalam peningkatan nilai tambah usaha peternakan ayam di Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 4(1), 49–59.
- World Health Organization. (2022). *World mental health report: Transforming mental health for all*. WHO. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240063600>