

ABSTRAK

Terciptanya internet telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan manusia. Tidak hanya untuk pertukaran informasi, internet juga memberikan kemudahan dalam berbagai bidang, seperti edukasi (*e-learning*), gaya hidup, hiburan, mencari lowongan pekerjaan serta bisnis *online* (*e-commerce*). Perusahaan *e-commerce* di Indonesia semakin berkembang seiring dengan bertambah banyaknya pengguna internet yang melakukan belanja *online*. Tentu saja banyak sekali pesaing yang ada dalam bisnis ini, oleh karena itu dibutuhkan cara untuk meningkatkan *awareness* terhadap apa yang diinginkan oleh konsumen dan salah satu caranya adalah dengan kustomisasi. Melihat kondisi yang ada pada saat ini, di Indonesia belum terdapat *website* kustomisasi tas, hal ini dapat dijadikan salah satu strategi untuk menarik konsumen.

Well Done Bag (WDB) merupakan situs *e-commerce* kustomisasi tas yang berperan sebagai penghubung antara pembuat tas dengan kustomer. Selain kustomisasi terdapat rekomendasi produk yang disediakan WDB untuk mempermudah kustomer dalam membuat atau membeli tas. Pengembangan situs ini menggunakan metode *Waterfall* dan untuk pemodelan bisnis menggunakan *Lean Canvas*.

Kata kunci : Kustomisasi, *e-commerce*, *waterfall*, rekomendasi produk.