

INTISARI

Kinerja industri makanan minum di Indonesia menunjukkan tingkat profitabilitas yang positif meskipun di tengah pandemik Covid-19. Eksistensi makanan tradisional pun sudah mulai punah dikarenakan sudah mulai banyak makanan dari luar negeri yang masuk ke Indonesia. Dimana restoran dan kafe pun banyak mengadopsi makanan dari luar negeri. Hal ini dapat menjadi ancaman makanan tradisional, oleh karena itu untuk melestarikan makanan tradisional, perlu dilakukan inovasi. Salah satunya yaitu kue Bay Tat yang memiliki nilai historikal bagi masyarakat Bengkulu.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk merancang model bisnis dengan menginovasikan kue Bay Tat agar tidak punah, sehingga dapat memperkenalkan kebudayaan Bengkulu pada masyarakat luas. Penelitian ini juga menguji kelayakan dari segi finansial maupun non finansial. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan alat analisis konten. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan survei yang didasarkan pada sembilan blok bangunan kanvas dan peta empati. Hasil dari penelitian menunjukkan Kue Bay Tat Kito layak untuk dijalankan karena memiliki nilai NPV positif yaitu sebesar Rp 515.494.216,00, nilai IRR 61%, dan *payback period* dalam kurun waktu 2,4 tahun.

Kata kunci: model bisnis, Inovasi, makanan tradisional, kue Bay Tat.

ABSTRACT

The performance of the food and beverage industry in Indonesia shows a positive level of profitability even in the midst of the Covid-19 pandemik. The existence of traditional food has started to become extinct because many foods from abroad have started to enter Indonesia. Where many restaurants and cafes adopt food from abroad. This can be a threat to traditional food, therefore, to preserve traditional food, innovation is needed. One of them is the Bay Tat cake where this cake has historikal value for the people of Bengkulu.

The purpose of this study is to design a business model by innovating the Bay Tat cake so that it does not become extinct so that it can introduce Bengkulu culture to the wider community. This study also examines the feasibility from a financial and non-financial perspective. The research method used is descriptive qualitative with content analysis tools. Data collection used interview and survey methods based on nine canvas building blocks and empathy maps. The results of the study show that the Bay Tat Kito Cake is feasible because it has a positive NPV value of IDR 515,494,216, an IRR value of 61% and a payback period of 2.4 years.

Keywords: *business model, innovation, traditional food, Bay Tat cake.*