

ABSTRAK

Salakbucha merupakan merek dari produk minuman fermentasi kombucha berbahan dasar salak organik yang dikembangkan sebagai produk oleh-oleh khas Yogyakarta. Komposisi penyusun utama dari buah salak organik, teh, dan gula. Produk ini menggabungkan manfaat fermentasi kombucha dengan keunikan rasa dan kandungan nutrisi dari salak. salakbucha menawarkan alternatif minuman sehat kaya akan probiotik dan dibuat dengan bahan alami tanpa tambahan bahan pengawet. Konsep bisnis yang dijalankan oleh Salakbucha adalah pemberdayaan masyarakat melalui kemitraan dengan petani salak organik dan Kelompok Wanita Tani Margomulyo dalam proses produksi.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif untuk menganalisis model bisnis Salakbucha dan metode kuantitatif untuk menganalisis peta empati calon pelanggan serta kelayakan bisnis secara finansial. Data penelitian bersumber dari survei dan wawancara. Survei dilakukan pada 24 September 2024 – 26 September 2024 dengan metode *self-administered* melalui formulir Google kepada 64 responden. Tujuan survei adalah untuk memahami preferensi pelanggan terhadap kombucha berbahan dasar salak. Wawancara dilakukan dengan petani salak organik di Kepanewon Turi pada tanggal 21 Mei 2024 dan Kelompok Wanita Tani Margomulyo pada tanggal 29 Desember 2024, serta dengan pelaku bisnis kombucha lokal, yaitu Routine Kombucha pada tanggal 21 Oktober 2024 dan Nathurlich Kombucha pada tanggal 23 Desember 2024, serta dengan bisnis toko oleh-oleh Pulpa Oleh-Oleh Jogja pada tanggal 19 November 2024. Wawancara dilakukan secara mendalam dengan pertanyaan semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi mengenai potensi bahan baku salak organik, gambaran mengenai bisnis kombucha, dan prosedur kemitraan dengan toko oleh-oleh. Data kualitatif dari wawancara dianalisis menggunakan konten kualitatif, sedangkan data kuantitatif dari survei dianalisis dengan metode eksploratif. Kelayakan bisnis secara finansial dievaluasi dengan perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period* (PP).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa calon pelanggan memiliki minat positif terhadap Salakbucha. mereka mencari minuman fermentasi yang alami dan bermanfaat bagi kesehatan. Berdasarkan analisis finansial, bisnis ini layak dijalankan dengan nilai *Net Present Value* (NPV) sebesar Rp264.900.446,64, nilai *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 47%, dan *Payback Period* (PP) selama 1 tahun 9 bulan. Perhitungan ini menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Model bisnis, kombucha, pemberdayaan masyarakat

ABSTRACT

Salakbucha is a brand of fermented kombucha beverage made from organic snake fruit, originating from Yogyakarta. Its main ingredients consist of organic snake fruit, tea, and sugar. This product combines the benefits of kombucha fermentation with the unique taste and nutritional content of salak. Salakbucha offers a healthy beverage alternative rich in probiotics and made from natural ingredients without added preservatives. The business concept adopted by Salakbucha focuses on community empowerment through partnerships with organic salak farmers and the Margomulyo Women's Farming Group in the production process.

This research employs a qualitative method to analyze Salakbucha's business model and a quantitative method to examine the empathy map of potential customers and the financial feasibility of the Salakbucha business. The data used in this study is sourced from primary data collected through surveys and interviews. The survey was collected from September 24, 2024, to September 26, 2024, using a self-administered Google Form distributed to 64 respondents. The purpose of the survey data is to identify the empathy map of snake fruit kombucha customers. Interviews were conducted with organic salak farmers in Kepanewon Turi on May 21, 2024, and the Margomulyo Women's Farming Group on December 29, 2024. Additional interviews were conducted with local kombucha businesses, Routine Kombucha on October 21, 2024, and Nathurlich Kombucha on December 23, 2024, as well as with the souvenir shop Pulpa Oleh-Oleh Jogja on November 19, 2024. These interviews employed an in-depth, semi-structured format to gather information about the potential of organic salak as a raw material, an overview of the kombucha business model, and partnership procedures with souvenir shops. Qualitative data from the interviews were analyzed using qualitative content analysis, while quantitative survey data were analyzed using an exploratory method. The financial feasibility of the business was evaluated using NPV, IRR, and PP calculations.

The research findings indicate a positive interest among potential customers in Salakbucha, as they seek naturally fermented beverages that provide health benefits. Based on financial analysis, the business is feasible, with a Net Present Value (NPV) of IDR 264,900,446.64, an Internal Rate of Return (IRR) of 47%, and a Payback Period (PP) of 1 years and 9 months. These calculations demonstrate that the business is viable and worth pursuing.

Keywords: Business model, kombucha, community empowerment