

INTISARI

Meningkatnya industri pariwisata menjadi peluang untuk DIY yang notabene telah menjadi daerah wisata. Tingginya jumlah wisatawan yang datang ke DIY merupakan peluang yang positif bagi pertumbuhan wisata kuliner di DIY. Hal ini tentu mendatangkan dampak yang positif bagi perekonomian masyarakat. Selain itu terdapat peningkatan pertumbuhan pengeluaran konsumsi rumah tangga dari tahun 2014 hingga 2017. Industri makanan dan minuman yang terus meningkat dapat memberikan dampak positif terhadap masyarakat terutama yang memiliki bisnis kuliner.

Penelitian ini bertujuan untuk memodifikasi model bisnis Gopel dengan konsep yang baru. Konsep bisnis Gopel yang baru menekankan pada kemudahan, dan keunikan produk. Modifikasi model bisnis diperlukan untuk meminimalisir tingkat kebosanan konsumen. Peneliti menggunakan metode wawancara dan peta empati yang didapatkan dari konsumen potensial Gopel dan pesaing terdekat wawancara dilakukan oleh tiga orang konsumen, dua orang pesaing, dan dua orang pendukung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen menginginkan sebuah produk yang lebih bervariasi, produk yang mudah didapatkan, dan mengenyangkan. Produk yang bervariasi dan inovatif dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk Gopel sehingga dapat meminimalisir tingkat kebosanan konsumen. Selain itu konsumen lebih tertarik pada produk makanan yang simpel karena dijamin sekarang banyak masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi sehingga membutuhkan makanan yang simpel dan mengenyangkan. Selanjutnya, Gopel memiliki NPV positif sebesar Rp 308.419.863 dan IRR juga bernilai positif sebesar 20.30 %. Kedua indikator tersebut menunjukkan nilai positif artinya usaha ini layak untuk dijalankan.

Kata kunci: pariwisata, bahan pangan, inovasi, peta empati, model bisnis, studi kelayakan bisnis.

ABSTRACT

Increased tourism industry becomes an opportunity for DIY which in fact has become a tourist area. The high number of tourists who come to DIY is a very important opportunity for DIY. This of course brings positive material to society. In addition, there is an increase in household growth from 2014 to 2017. The growing food and beverage industry can provide positive information for people who have a culinary business.

This study aims to modify Gopel's business model with a new concept. Gopel's new business concept emphasizes convenience, and product uniqueness. Modification of business models is needed to minimize the level of consumer boredom. Researchers used interview methods and empathy maps obtained from potential Gopel customers and the closest competitor interviews were conducted by three consumers, two competitors, and two supporters

The results show that consumers want a more varied product, a product that is easy to get, and filling. Various and innovative products can increase consumer interest in Gopel products so as to minimize the level of consumer boredom. In addition, consumers are more interested in food products that are simple because today many people who have high mobility that requires a simple and filling food. Furthermore, Gopel has a positive NPV of Rp 308.419.863 and IRR is also positive value of 20.30%. Both indicators indicate a positive value means the business is feasible to run

Keywords: tourism, food, innovation, empathy map, business model, business feasibility study.