



ABSTRAK

Kesenjangan kesempatan kerja antara laki-laki dan wanita ternyata menimbulkan permasalahan perekonomian yang cukup pelik. Tidak hanya berimbas pada wanita yang menjadi lebih rendah penghasilannya, akan tetapi juga secara makro, negara mengalami kerugian akibat ketidakberdayaan wanita. Oleh sebab itu sudah seharusnya terjadi kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan derajat kesejahteraan wanita. Pemberdayaan terhadap wanita tidak hanya menjadi tugas dari pemerintah dan organisasi non profit saja, akan tetapi organisasi yang berorientasi profit juga dapat ikut serta berperan, yaitu dengan konsep bisnis yang berlandaskan kewirausahaan sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis Homebake yang berbasis kewirausahaan sosial, berupa pemberdayaan terhadap wanita yang kurang beruntung dan berpenghasilan rendah dengan mengusung kue sebagai produk pada kegiatan bisnisnya. Wanita ini disebut dengan Homebakers. Desain penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metoda pengumpulan data berupa observasi, survei, dan wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan peta empati dan sembilan blok bangunan kanvas model bisnis, serta kelayakan bisnis Homebake.

Hasil penelitian menunjukkan konsumen menginginkan toko aneka kue dengan varian kue yang banyak, terutama kue tradisional Indonesia. Konsumen juga menginginkan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembayaran, sehingga Homebake mempunyai dua saluran penjualan, yaitu toko fisik dan juga website *e-commerce*. Kedua hal ini menjadi proposisi nilai dari Homebake. Adapun proposisi nilai bagi Homebakers adalah memperoleh penghasilan tambahan dan peningkatan kapabilitas diri. Berdasarkan analisis keuangan, Homebake menghasilkan proyeksi nilai NPV sebesar Rp 489.548.843 dan IRR 43,62%. Hal ini menunjukkan model bisnis Homebake layak untuk dijalankan.

Kata kunci: kesenjangan, wanita, kewirausahaan sosial, aneka kue, model bisnis, Homebake.



ABSTRACT

The employment gap between men and women has proved to be quite a complicated economic problem. Not only the impact on women who become lower income, but also the macro, the state suffered losses due to helplessness of women. Therefore, there should be a collaboration between the government and business actors to improve the degree of women's welfare. Empowerment of women is not only a task of government and non-profit organizations, but profit-oriented organizations can also participate, namely the concept of business based on social entrepreneurship.

This study aims to design a Homebake business model based on social entrepreneurship, in the form of empowerment of disadvantaged and low-income women by carrying the patiseri as a product in business activities. This women are called Homebakers. The design of this research is qualitative descriptive with data collection methods are observation, survey, and interview. The data obtained are analyzed using empathy maps and nine building blocks of business model canvas, as well as the feasibility of Homebake business.

The results show that consumers want a patiseri shop with many variants of patiseri products, especially Indonesian traditional cakes. Consumers also want ease of ordering and payment, then Homebake has two sales channels, physical store and e-commerce website. Both of these become the value proposition of Homebake. The value propositions for Homebakers are additional earning and increasing self-capability. Based on financial analysis, Homebake produces NPV value projection of Rp 489,548,843 and IRR 43,62%. This indicates that Homebake's business model is feasible to run.

Keywords: gap, women, social entrepreneurship, patiseri, business model, Homebake.