

ABSTRAK

RANCANGAN MODEL BISNIS SAMBAL BU JEN SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS BEKASI

Jennita

17/417464/PEK/23027

Indonesia kaya akan berbagai kuliner nusantara. Kuliner nusantara memiliki banyak cita rasa, seperti manis, asin, asam, hingga pedas yang menjadi favorit orang Indonesia. Banyak kuliner yang khas di setiap kota di Indonesia. Begitu pula Bekasi yang memiliki makanan khas dari budaya Betawi, yakni kerak telur. Namun, adapula kuliner Bekasi yang mulai hilang, yakni gabus pucung. Hal ini dikarenakan sulitnya mendapatkan bahan baku dan sedikitnya permintaan, sehingga menyebabkan penjual beralih ke makanan lain. Perlu diciptakan suatu kuliner Bekasi yang umum disukai masyarakat dengan bahan baku yang mudah diperoleh.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang suatu model bisnis Sambal Bu Jen sebagai oleh-oleh Bekasi, membuat rencana bisnis, serta memberikan gambaran kebudayaan Bekasi secara umum serta dari sisi kulinernya. Model bisnis Sambal Bu Jen akan disusun dengan bantuan metode lain, yakni peta empati.

Penelitian dimulai dari gambaran mengenai budaya Bekasi, sejarah Bekasi, serta kulinernya. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara dengan dua orang pemerhati budaya Bekasi dan studi literatur. Kemudian, untuk menyusun model bisnis Sambal Bu Jen, dilakukan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 350 responden yang menyukai makanan pedas. Kuesioner ini berguna untuk memberikan gambaran mengenai sambal seperti apa yang diinginkan konsumen. Bila dilihat dari hasil analisis kelayakan finansial, Sambal Bu Jen menjadi bisnis yang patut diperhitungkan, karena mampu memberikan nilai NPV yang positif.

Kata kunci : sambal, model bisnis, peta empati, Bekasi, kuliner, budaya

ABSTRACT

BUSINESS MODEL DESIGN OF SAMBAL BU JEN AS A SOUVENIR FROM BEKASI

Jennita

17/417464/PEK/23027

Indonesia has so many culinary from west to east. Indonesia culinary has many tastes, such as sweet, salty, sour, and spicy which is a favorite of Indonesian. Almost all city in Indonesia has unique culinary. Similarly, Bekasi has a special food from its culture, Betawi, namely “kerak telur”. However, there is also food from Bekasi that start to be forgotten, such as “gabus pucung”. This is because of the difficulty of getting raw materials and the lack of demand, which cause sellers switch to other food. It is necessary to create Bekasi culinary that is generally preferred by the public with easy to get raw material.

This study aims to design a business model of Sambal Bu Jen as a souvenir from Bekasi, make a business plan, and provide on overview of Bekasi’s culture in general and from culinary side. Researcher used empathy map method to design Sambal Bu Jen’s business model.

The research started by giving an overview of the culture of Bekasi, the history of Bekasi, and its culinary. These data were not only obtained from interview with two people who observe Bekasi’s culture, but also from literature studies. Next is survey with questionnaire that have done it to 350 respondents who like spicy food. This questionnaire is useful to provide an overview of the chili that consumers want. Finally, from the financial feasibility analysis, Sambal Bu Jen has positive NPV, so it indicates that this business is feasible to run.

Key words : chili, business model, empathy map, Bekasi, culinary, culture