

ABSTRAK

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian di Yogyakarta terus mengalami peningkatan. Penyumbang peningkatan perekonomian tersebut salah satunya dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata ini erat kaitannya terhadap bisnis makanan oleh-oleh. Namun sayangnya, Hal tersebut tidak membuat perajin keripik belut di Godean menjadi sejahtera. Kenyataannya, terjadi permasalahan ekonomi berupa kesenjangan antar perajin karena perbedaan kesempatan akses modal dan penjualan. Oleh karena itu, sudah seharusnya terjadi kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha untuk meningkatkan kesejahteraan perajin melalui konsep bisnis yang berbasis pemberdayaan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis Mbak Ayu yang berbasis pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan ini dilakukan kepada perajin keripik belut yang kurang beruntung dan berpenghasilan rendah. Desain penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metoda pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan peta empati, sembilan blok bangunan kanvas model bisnis dan kelayakan bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan pelanggan menginginkan produk keripik belut yang lebih modern dengan variasi rasa dan kemasan yang menarik. Pelanggan juga menginginkan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan pembayaran. Oleh karena itu, Mbak Ayu memiliki dua saluran penjualan yaitu toko fisik dan *website e-commerce*. Berdasarkan analisis ekonomi, Mbak Ayu memiliki proyeksi nilai NPV sebesar Rp1.324.358.496 dan IRR 35%. Hal ini menunjukkan bahwa model bisnis Mbak Ayu layak untuk dijalankan.

Kata kunci: Kesenjangan, pemberdayaan masyarakat, keripik belut, model bisnis, Mbak Ayu

ABSTRACT

Based on data from the Central Bureau of Statistics Republic of Indonesia (BPS), the economy in Yogyakarta continues to experience an increase. One of the contributors to the increase in the economy is from the tourism sector. The tourism sector is closely related to the souvenir food business. But unfortunately, it does not make the craftsmen of eel chips in Godean becomes prosperous. In fact, there are economic problems in the form of gaps between craftsmen due to differences in capital access and sales opportunities. Therefore, a collaboration between the government and business actors should be carried out to improve the welfare of the craftsmen through a business concept based on community empowerment.

This study aims to design a Mbak Ayu business model based on community empowerment. This empowerment is carried out for eel chipper craftsmen who are less fortunate and have low income. The design of this research is descriptive qualitative with data collection methods in the form of observation and interviews. The data obtained were then analyzed using empathy maps, nine canvas building blocks of business models and business feasibility.

The results showed customers wanted more modern eel chip products with interesting variations of taste and packaging. Customers also want the convenience of ordering and payment. Therefore, Mbak Ayu has two sales channels, namely a physical store and an *e-commerce website*. Based on economic analysis, Mbak Ayu has a projected NPV value of Rp1,324,358,496 and an IRR of 35%. This shows that Mbak Ayu's business model is feasible to run.

Keywords: Gaps, community empowerment, eel chips, business model, Mbak Ayu