

ABSTRAK

Adanya krisis kesehatan, pandemi Covid-19 ini mendorong perubahan yang cukup signifikan dalam pola hidup dan meningkatnya biaya layanan kesehatan. Salah satu perubahan perilaku konsumen yang terlihat jelas adalah mereka jadi lebih proaktif dan memprioritaskan konsumsi kebutuhan mereka sebagai tindakan preventif dalam menjaga kesehatan. Salah satu jenis diet yang sudah teruji secara ilmiah sekarang ini adalah diet makanan sehat berbasis sumber nabati. Peluang dari bisnis katering diet makanan sehat berbasis sumber nabati ini semakin menjanjikan karena dampak kesehatan yang cukup signifikan terutama bagi mereka yang mengidap penyakit tidak menular (PTM).

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis katering diet makanan sehat berbasis sumber nabati dengan menggunakan metode kualitatif yang didukung analisa kuantitatif berupa analisis kelayakan ekonomi. Dalam merancang model bisnis diperlukan, data profil responden, pandangan dan nilai konsumsi responden atas makanan sehat serta mengadopsi peta empati untuk memperoleh wawasan dari konsumen menengah ke atas terhadap diet makanan berbasis sumber nabati.

Hasil penelitian menunjukkan konsumen sudah cukup mengetahui akan olahan berbasis sumber nabati ini dan sadar akan pentingnya makanan sehat namun faktor kesesuaian harga dan kepuasan akan makanan yang dikonsumsi cukup dinilai penting. Penggunaan media sosial serta rekomendasi orang terdekat menjadi salah satu cara dalam menjangkau dan mengedukasi pelanggan. Penggunaan bahan yang berkualitas dan terjaga kesegarannya menjadi faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen akan layanan katering diet sehat serta pentingnya pendekatan secara personal oleh ahli gizi menjadi beberapa proposisi nilai yang ditonjolkan bagi pengembangan katering diet berbasis sumber nabati ini, Plant Meal. Analisis kelayakan secara ekonomi dari Plant Meal menunjukkan nilai NPV positif, IRR positif sebesar 27% dan PP pada 3,80 tahun.

Kata Kunci: Diet makanan sehat berbasis sumber nabati, Katering diet, Nilai konsumsi, Peta empati, Kanvas model bisnis, Analisis kelayakan ekonomi

ABSTRACT

Due to the health crisis, the Covid-19 pandemic has prompted significant changes in lifestyle and increased health care costs. One of the visible changes in consumer behaviour is that they are more proactive and prioritize the consumption of their needs as a preventive measure in maintaining health. One type of diet that has been scientifically tested today is a healthy diet based on plant-based sources. Opportunities from the catering business of healthy food based on plant sources are increasingly promising because of the significant health impact, especially for those who suffer from non-communicable diseases (NCDs).

This study aims to design a business model, healthy plant-based food diet catering, using qualitative methods supported by the quantitative analysis in the form of economic feasibility analysis. In designing a business model, it takes respondent point of view, respondent data and consumption values of healthy food and adopts an empathy map to gain insight from middle to upper consumers on plant-based food diets.

The results show that consumers are quite aware of these plant-based food, and the importance of healthy food, but the factors of price suitability and satisfaction with the food consumed are considered important. The use of social media, as well as recommendations from people closest to them, is one way to reach and educate customers. The use of quality ingredients and maintained freshness are factors that influence consumer confidence in healthy diet catering services and the importance of a personal approach by nutritionists are some of the value propositions highlighted for the development of this plant-based diet catering, Plant Meal. Economic feasibility analysis of Plant Meal shows a positive NPV value, positive IRR at 27% and PP at 3.80 years.

Keywords: Plant-based diet; Dietary catering, Consumption values, Empathy map, Business model canvas, Economic feasibility analysis.