

ABSTRAK DAN KATA KUNCI

PERANCANGAN MODEL BISNIS APLIKASI KATERING MAKANAN PENDAMPING AIR SUSU IBU (MPASI) “MABABY”

Andre Abdirawan

20/464994/PEK/25997

Periode pemberian MPASI (Makanan Pendamping Air Susu Ibu) merupakan salah satu hal terpenting yang perlu diperhatikan oleh orang tua yang memiliki bayi pada rentang usia 6-24 bulan. MPASI mampu memberikan tambahan energi dan nutrisi yang dibutuhkan untuk tumbuh kembang bayi. Air susu ibu (ASI) hanya dapat memenuhi 70% kebutuhan nutrisi dan energi yang diperlukan oleh bayi dan akan terus berkurang seiring bertambahnya usia bayi. Kebutuhan akan MPASI mulai meningkat seiring bertambahnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya periode pemberian MPASI pada bayi dan dibarengi dengan banyak bermunculan bisnis-bisnis katering MPASI saat ini. Perkembangan teknologi mempengaruhi kebiasaan seseorang terutama dalam pencarian maupun pembelian produk atau jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis aplikasi katering makanan pendamping air susu ibu (MPASI) “MaBaby”. Penelitian dilakukan dengan melakukan survei kepada calon pelanggan dan wawancara kepada pemilik bisnis katering MPASI dan calon pelanggan. Pemilihan responden dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang didapatkan kemudian digunakan sebagai panduan dalam merancangan model bisnis aplikasi katering MPASI “MaBaby”. Hasil pengumpulan data diuraikan menggunakan analisis peta empati untuk menentukan segmen pelanggan dan digunakan untuk merancang kanvas model bisnis aplikasi MaBaby. Perhitungan NPV (*Net Present Value*), IRR (*Internal Rate of Return*), dan PBP (*Payback Ratio*) dilakukan untuk mengetahui apakah bisnis layak untuk dijalankan dari sisi ekonomi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perubahan perilaku masyarakat dari luring menjadi daring. Perubahan perilaku mencakup perilaku masyarakat yang lebih memilih pembelian secara daring melalui aplikasi. Penggunaan aplikasi mampu mempermudah penggunaanya menemukan produk atau jasa yang sedang dibutuhkan. MaBaby kemudian menerapkan penggunaan aplikasi untuk mengikuti perubahan perilaku masyarakat. Berdasarkan analisis kelayakan ekonomi yang dilakukan didapatkan nilai NPV sebesar Rp 1.159.518.457 dengan nilai IRR sebesar 97%, dan nilai PP selama satu tahun lima bulan. Perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: periode pemberian MPASI, energi dan nutrisi, kesadaran orang tua

ABSTRACT AND KEYWORD

DESIGNING A BUSINESS MODEL FOR THE “MABABY” WEANING FOOD CATERING APPLICATION

Andre Abdirawan
20/464994/PEK/25997

The period of giving weaning food is one of the most important things that need to be considered by parents who have babies in the age range of 6-24 months. weaning food is able to provide additional energy and nutrients needed for baby's growth and development. Breast milk can only meet 70% of the nutritional and energy needs needed by babies and will continue to decrease as the baby gets older. The need for weaning food has begun to increase along with the increasing awareness of parents about the importance of the period of giving weaning food to infants and coupled with the emergence of many weaning food catering businesses nowadays. Technological developments affect a person's habits, especially in the search and purchase of products or services.

This study aims to design a business model for the "MaBaby" weaning food catering application. The research was conducted by conducting surveys with prospective customers and interviews with weaning food catering business owners and prospective customers. Respondents were selected using the purposive sampling method. The data obtained is then used as a guide in designing the "MaBaby" weaning food catering application business model. The results of data collection are described using empathy map analysis to determine customer segments and used to design the MaBaby application business model canvas. Calculation of NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), and PBP (Payback Ratio) is carried out to determine whether the business is feasible to run from an economic perspective.

The results of this study indicate that there is a change in people's behavior from offline to online. Behavior change includes the behavior of people who prefer online purchases through applications. The use of the application is able to make it easier for users to find the product or service that is needed. MaBaby then implements the use of applications to keep up with changes in people's behavior. Based on the economic feasibility analysis carried out, the NPV value was Rp. 1,159,518,457 with an IRR value of 97%, and the PP value for one year and five months. Calculations done to show that this business is feasible to run.

Keywords: weaning food feeding period, energy and nutrition, parental awareness