



INTISARI

Pertumbuhan industri kuliner di Indonesia semakin pesat seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan hidup sehat dan kebutuhan akan kemudahan dalam memenuhi asupan gizi. Fenomena ini membuka peluang bagi usaha yang mengombinasikan kepraktisan dengan nutrisi seimbang. Seporsi Meal merupakan usaha kuliner inovatif yang mengutamakan penyediaan lauk bergizi tanpa pengawet melalui penerapan konsep *cloud kitchen* dan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan keterbukaan informasi nutrisi dan standar mutu tinggi, bisnis ini hadir sebagai solusi praktis bagi konsumen yang menginginkan alternatif makanan yang sehat dan efisien.

Penelitian ini difokuskan pada perumusan rencana bisnis Seporsi Meal melalui pengembangan produk yang menghadirkan menu lauk sehat dengan kandungan gizi optimal. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan dukungan kualitatif dan kuantitatif, di mana data primer diperoleh melalui observasi pada bisnis kompetitor, wawancara mendalam, dan survei kepada calon pelanggan. Alat bantu analisis yang diterapkan meliputi peta empati untuk mengidentifikasi harapan dan kekhawatiran konsumen, serta kanvas model bisnis sebagai alat perencanaan bisnis yang merinci yaitu sembilan komponen strategis usaha mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha Seporsi Meal, didapatkan melalui perhitungan *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan *Payback Period*. Berdasarkan proyeksi normal, analisis arus kas menunjukkan NPV sebesar Rp1.935.368.458,89, IRR mencapai 30,58%, dan waktu pengembalian investasi selama 2,85 tahun (sekitar 2 tahun 8 bulan), dengan asumsi pertumbuhan penjualan 5% per tahun dan tingkat diskonto 9,86%. Hasil ini menegaskan bahwa rencana bisnis Seporsi Meal memiliki potensi pasar yang signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa rencana bisnis Seporsi Meal layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: Makanan Sehat Siap Saji, Rencana Bisnis, Pemasaran Digital.



ABSTRACT

The growth of the culinary industry in Indonesia is accelerating in line with increasing public awareness of healthy living and the need for convenience in meeting nutritional intake. This phenomenon presents opportunities for businesses that combine practicality with balanced nutrition. Seprosi Meal is an innovative culinary venture that prioritizes providing nutritious, preservative-free meals by implementing a cloud kitchen concept and digital marketing strategies to reach a wider market. With transparency in nutritional information and high-quality standards, this business serves as a practical solution for consumers seeking healthy and efficient food alternatives.

This study focuses on formulating a business plan for Seprosi Meal through product development that offers healthy meal options with optimal nutritional content. The methodology used is a descriptive approach supported by qualitative and quantitative data, where primary data is obtained through competitor business observations, in-depth interviews, and surveys of potential customers. The analytical tools applied include an empathy map to identify consumer expectations and concerns, as well as a business model canvas as a business planning tool detailing nine strategic components, from customer segments to cost structure.

Based on the feasibility analysis of Seprosi Meal, results were obtained through calculations of Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period. Under normal projections, the cash flow analysis shows an NPV of IDR 1,935,368,458.89, an IRR of 30.58%, and an investment payback period of 2.85 years (approximately 2 years and 8 months), assuming a sales growth of 5% per year and a discount rate of 9.86%. These results affirm that the Seprosi Meal business plan has significant market potential. Therefore, it can be concluded that the Seprosi Meal business plan is feasible to implement.

Keywords: Healthy Ready-to-Eat Meals, Business Plan, Digital Marketing