# BAB 1. PENDAHULUAN

# BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA

## 2.1 Deskripsi Usaha

Nutridine adalah bisnis catering yang akan beroperasi di pusat kota dengan area layanan sekitar 30 km. Kami akan fokus pada menyediakan makanan sehat dan berkualitas tinggi untuk pelanggan individu, keluarga, dan perusahaan yang peduli akan kesehatan. Lokasi strategis kami di pusat kota akan memungkinkan kami untuk menjangkau pasar yang luas dan beragam, termasuk pekerja kantoran yang sibuk dan keluarga yang tidak memiliki waktu untuk memasak.

## 2.2 Lingkungan dan Potensi Sumber Daya

Kami akan memanfaatkan sumber daya yang ada di pusat kota, termasuk akses terhadap pasokan bahan baku segar dan fasilitas dapur produksi modern. Kami juga memiliki armada pengiriman yang efisien untuk menjamin makanan sampai tepat waktu dan dalam kondisi terbaik.

Sumber daya manusia yang berkualitas tinggi seperti koki berpengalaman dan staf yang terlatih akan menjadi aset penting dalam menjaga kualitas dan konsistensi makanan kami. Dengan analisis kompetitor lokal yang cermat, kami telah mengidentifikasi celah pasar yang dapat kami manfaatkan untuk membedakan layanan kami dengan menyajikan makanan sehat yang lezat dengan nilai tambah dalam layanan dan kualitas.

## 2.3 Komoditas Produk

Produk utama kami adalah berbagai hidangan utama, salad segar, camilan sehat, minuman sehat, dan pilihan makanan penutup rendah gula untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi diet pelanggan kami. Kami akan menekankan penggunaan bahan-bahan segar dan alami serta teknik memasak yang sehat tanpa penggunaan bahan pengawet atau bahan kimia berbahaya.

## 2.4 Manajemen Usaha

Tim manajemen kami terdiri dari CEO & Pendiri yang bertanggung jawab atas visi dan strategi bisnis, Manajer Operasional yang mengawasi produksi dan pengiriman, Koki Utama yang bertanggung jawab atas rancangan menu dan kualitas masakan, serta Manajer Pemasaran yang mengelola strategi pemasaran dan branding.

## 2.5 Peluang Pasar dan Stategi Pemasaran

Untuk memasarkan layanan kami, kami akan menggunakan strategi pemasaran digital yang agresif, termasuk kampanye media sosial, iklan online, dan kerjasama dengan komunitas kesehatan lokal serta influencer. Kami akan menargetkan individu, keluarga, perusahaan, dan organisasi yang menghargai makanan sehat dan membutuhkan solusi praktis untuk makanan sehari-hari atau acara khusus. Melalui program referral dan penawaran spesial untuk pelanggan setia, kami akan membangun basis pelanggan yang loyal dan memperluas cakupan pasar kami.

## 2.6 Analisis Keuangan

* Biaya Awal

Investasi dalam peralatan dapur, stok bahan baku awal, biaya pemasaran.

* Pendapatan

Pendapatan dari penjualan makanan sehat dan layanan catering, serta langganan mingguan atau bulanan.

* Proyeksi Keuangan

Proyeksi pendapatan dan pengeluaran untuk 2 tahun pertama, dengan target mencapai titik impas (break-even) pada bulan ke-12.

* Cash Flow Minimum

Perhitungan cash flow minimum untuk 2 tahun ke depan untuk memastikan kecukupan arus kas dalam mendukung operasional bisnis. Evaluasi keuangan secara berkala akan dilakukan untuk mengidentifikasi potensi perbaikan dan pertumbuhan bisnis.

# BAB 3. METODE PELAKSANAAN

# BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN