Contents

[BAB 1. PENDAHULUAN 2](#_Toc164423308)

[1.1 Latar Belakang 2](#_Toc164423309)

[1.2 Tujuan 2](#_Toc164423310)

[1.3 Manfaat 2](#_Toc164423311)

[1.4 Target Luaran PKM-K 2](#_Toc164423312)

[BAB 2. GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA 2](#_Toc164423313)

[2.1 Deskripsi Usaha 2](#_Toc164423314)

[2.2 Lingkungan dan Potensi Sumber Daya 2](#_Toc164423315)

[2.3 Komoditas Produk 2](#_Toc164423316)

[2.4 Manajemen Usaha 2](#_Toc164423317)

[2.5 Peluang Pasar dan Stategi Pemasaran 3](#_Toc164423318)

[2.6 Analisis Keuangan 3](#_Toc164423319)

[BAB 3. METODE PELAKSANAAN 3](#_Toc164423320)

[3.1 Pembuatan Produk Catering Makanan Sehat 3](#_Toc164423321)

[3.2 Pengemasan 4](#_Toc164423322)

[3.3 Pemasaran 4](#_Toc164423323)

[3.4 Tahapan Pekerjaan dalam Pencapaian Tujuan PKM-K 4](#_Toc164423324)

[BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN 4](#_Toc164423325)

[4.1 Anggaran Biaya 4](#_Toc164423326)

[4.2 Jadwal Kegiatan 4](#_Toc164423327)

[DAFTAR PUSTAKA 5](#_Toc164423328)

# BAB 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

## 1.2 Tujuan

## 1.3 Manfaat

## 1.4 Target Luaran PKM-K

# 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

## 3.1 Pembuatan Produk Catering Makanan Sehat

* Penetapan Menu Sehat

Kami akan bekerja sama dengan ahli gizi untuk merancang menu makanan sehat yang beragam dan menyehatkan, mencakup berbagai jenis protein, karbohidrat kompleks, lemak sehat, serta serat dan vitamin dari buah dan sayuran.

* Pengadaan Bahan Baku Berkualitas

Kami akan bekerja sama dengan pemasok bahan baku lokal yang terpercaya untuk memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi.

* Persiapan dan Pengolahan Makanan

Tim kami akan menggunakan teknik pengolahan makanan yang sehat, seperti memanggang, merebus, dan mengukus, untuk mempertahankan nutrisi dan rasa alami bahan makanan.

* Penyajian yang Menarik

Setelah makanan selesai dimasak, kami akan memperhatikan penyajian yang menarik dan menaruh perhatian pada detail estetika, agar makanan terlihat menggugah selera.

## 3.2 Pengemasan

* Pengemasan Secara Higienis

Setiap hidangan akan dikemas dengan hati-hati menggunakan wadah yang bersih dan aman untuk makanan, sesuai dengan standar kebersihan dan keamanan pangan.

* Labelisasi yang Jelas

Setiap kemasan akan dilengkapi dengan label yang jelas menyebutkan informasi tentang jenis makanan, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, serta informasi nutrisi.

* Pengemasan untuk Pengiriman

Jika makanan akan dikirim, kami akan menggunakan kemasan yang tahan banting dan sesuai dengan kondisi pengiriman untuk memastikan makanan tiba dengan baik di tangan pelanggan.

## 3.3 Pemasaran

* Pemasaran Online

Kami akan memanfaatkan media sosial dan situs web untuk mempromosikan layanan catering makanan sehat kami, dengan membagikan foto-foto menarik dari menu kami, testimoni pelanggan, dan informasi tentang nutrisi makanan.

* Kemitraan dengan Komunitas dan Bisnis Lokal

Kami akan menjalin kemitraan dengan komunitas lokal, pusat kebugaran, klinik kesehatan, dan bisnis-bisnis terkait lainnya untuk memperluas jangkauan pemasaran kami dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang layanan kami.

* Penawaran Promosi

Untuk menarik pelanggan baru, kami akan menawarkan promosi khusus, seperti diskon untuk pemesanan pertama atau paket langganan bulanan dengan harga terjangkau.

## 3.4 Tahapan Pekerjaan dalam Pencapaian Tujuan PKM-K

# BAB 4. BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

## 4.1 Anggaran Biaya

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Pengeluaran | Sumber Dana | Besaran Dana |
| 1 | Peralatan | Nutridine | Rp 1.450.000 |
| 2 | Bahan Habis Pakai | Nutridine | Rp 2.750000 |
| 3 | Biaya Promosi Online | Nutridine | Rp 250.000 |
| 4 | Biaya Lain-Lain | Nutridine | Rp 600.000 |
| Jumlah | | | Rp 5.500.000 |
| Sumber dana | | Nutridine | Rp 5.500.000 |
| Jumlah | Rp 5.500.000 |

## 4.2 Jadwal Kegiatan

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Jenis Kegiatan |  | | | | Penanggung Jawab |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Persiapan dan Pengadaan Peralatan |  |  |  |  | Ryan Dwiky Darmawan (Anggota Tim 1) |
| 2 | Pembelian Bahan Baku |  |  |  |  | Yohanes Dimas Pratama (Ketua Tim) |
| 3 | Promosi Online |  |  |  |  | Andika Prasetya  (Anggota tim 2) |
| 4 | Pelaksanaan Produksi |  |  |  |  | Yohanes Dimas Pratama (Ketua Tim) |
| 5 | Pengemasan Produk |  |  |  |  | Farrel Ardian  (Anggota Tim 3) |
| 6 | Penyusunan Laporan Kemajuan |  |  |  |  | Andika Prasetya  (Anggota tim 2) |
| 7 | Penyusunan dan Publikasi Karya Ilmiah |  |  |  |  | Ryan Dwiky Darmawan (Anggota Tim 1) |
| 8 | Penyusunan Laporan Akhir |  |  |  |  | Yohanes Dimas Pratama (Ketua Tim) |

# DAFTAR PUSTAKA