

Alia Nur Lailia. NPM 210331100053. Pengembangan Produk Lauk Siap Saji Dengan Merek Terporsi. Dibawah bimbingan **Dr. Askur Rahman, S.TP., M.P. dan Rakhmawati, S.TP., M.T.**

ABSTRAK

Produk lauk siap saji merupakan salah satu bentuk inovasi pangan yang memiliki karakteristik praktis, mudah disiapkan, dan dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu. Pengembangan produk lauk siap saji menjadi penting seiring dengan meningkatnya aktivitas masyarakat, khususnya mahasiswa, yang menyebabkan keterbatasan waktu dan fasilitas dalam menyiapkan makanan. Pengembangan produk lauk siap saji dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan perancangan dan pengujian model bisnis serta produk secara bertahap. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *action research* dengan pendekatan kewirausahaan berbasis praktik sebagaimana dirumuskan dalam template Wadhwani Foundation. Tahap pelaksanaan penelitian ini meliputi pengujian masalah, identifikasi pelanggan dan pasar, *value proposition*, analisis kompetitor, penyusunan model bisnis, pembuatan *minimum viable product* (MVP), dan analisis kelayakan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk lauk siap saji dengan merek “**Terporsi**” telah berhasil dikembangkan dan dinyatakan layak secara teknis sebagai produk pangan siap konsumsi. Selain itu, model bisnis yang sesuai untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk lauk siap saji dengan merek “**Terporsi**” telah disusun sebagai dasar dalam pengelolaan dan pengembangan usaha. Selanjutnya, hasil analisis menunjukkan bahwa produk lauk siap saji dengan merek “**Terporsi**” memiliki potensi keberlanjutan yang baik, sehingga memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai produk pangan siap saji.

Kata kunci : Lauk siap saji, Pemasaran, Model Bisnis.

ABSTRACT

Ready-to-eat side dishes are a form of food innovation characterized by practicality, ease of preparation, and shelf-life. The development of ready-to-eat side dishes has become crucial as people's activities, particularly those of students, become more demanding, resulting in limited time and resources for preparing meals. The development of ready-to-eat side dishes in this study was conducted through a step-by-step approach to designing and testing business models and products. The research method employed in this study is action research with a practice-based entrepreneurial approach, as outlined in the Wadhvani Foundation template. The implementation stages of this research include problem testing, customer and market identification, value proposition, competitor analysis, business model development, minimum viable product (MVP) creation, and cost feasibility analysis. The research results indicate that the ready-to-eat side dish product under the "Terporsi" brand has been successfully developed and declared technically feasible as a ready-to-eat food product. Furthermore, a suitable business model to support the development and marketing of the ready-to-eat side dish product under the "Terporsi" brand has been formulated as a basis for business management and development. Furthermore, the analysis results indicate that the ready-to-eat side dish product under the "Terporsi" brand has good sustainability potential, thus allowing for further development as a ready-to-eat food product.

Keyword : Ready-to-eat side dishes, Marketing, Business Model.