



## Bisnis Platform Pencatatan Nutrisi Makanan Untuk Membantu Pola Makan Yang Sehat

Bima Julian Mahardhika<sup>1\*</sup>, Budy Santoso<sup>2</sup>, Muhamad Ali Imron<sup>3</sup>, Wien Kuntari<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>IPB University, Indonesia

Alamat: Jl.Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Bogor-Java West 16128

\*Korespondensi penulis: [bimamdhika24@gmail.com](mailto:bimamdhika24@gmail.com)

**Abstract:** *In the digital era, the need for a healthy lifestyle is increasingly becoming a major concern for society. This study aims to develop a technology-based food nutrition recording platform to help individuals manage a healthy diet. This platform, called Foody, offers features such as daily food consumption recording, a Body Mass Index (BMI) calculator, and artificial intelligence (AI)-based food recommendations. The research method used is a descriptive qualitative approach to analyze marketing strategies and application development. The results of the study show that the integration of technology such as AI can provide added value by automating nutritional recording and personalizing food recommendations, which significantly improves the user experience. Foody also utilizes digital marketing strategies through social media and websites to reach a health-oriented target market. Thus, this application not only provides practical solutions in supporting a healthy lifestyle, but also creates innovative business opportunities in the field of technopreneurship. Foody has the potential to be an effective tool to increase public awareness and management of nutritional health, while paving the way for innovation in the digital health industry.*

**Keywords:** *Technopreneurship, Digital Marketing Strategy, Healthy Diet, Digital Health, Nutrition Management*

**Abstract:** Dalam era digital, kebutuhan akan gaya hidup sehat semakin menjadi perhatian utama masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan platform pencatatan nutrisi makanan berbasis teknologi untuk membantu individu mengelola pola makan sehat. Platform ini, bernama Foody, menawarkan fitur-fitur seperti pencatatan konsumsi makanan harian, kalkulator Indeks Massa Tubuh (BMI), dan rekomendasi makanan berbasis kecerdasan buatan (AI). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi pemasaran dan pengembangan aplikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi teknologi seperti AI mampu memberikan nilai tambah dengan otomatisasi pencatatan nutrisi dan personalisasi rekomendasi makanan, yang secara signifikan meningkatkan pengalaman pengguna. Foody juga memanfaatkan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan situs web untuk menjangkau target pasar yang berorientasi pada kesehatan. Dengan demikian, aplikasi ini tidak hanya memberikan solusi praktis dalam mendukung gaya hidup sehat, tetapi juga menciptakan peluang bisnis yang inovatif di bidang technopreneurship. Foody berpotensi menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pengelolaan kesehatan gizi masyarakat, sekaligus membuka jalan bagi inovasi di industri kesehatan digital.

**Keywords:** Teknopreneurship, Strategi Pemasaran Digital, Pola Makan Sehat, Kesehatan Digital, Manajemen Nutrisi.

### 1. LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang terus berkembang, kemampuan literasi teknologi menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung keberhasilan wirausaha. Berdasarkan konsep literasi dan technopreneurship, dapat disintesis bahwa literasi technopreneurship adalah kemampuan untuk mengakses, memanfaatkan, dan

Received December, 2024; Revised December 09, 2024; Published December 11, 2024

\* Bima Julian Mahardhika, [bimamdhika24@gmail.com](mailto:bimamdhika24@gmail.com)

mengaplikasikan teknologi secara efektif guna mendukung berbagai kegiatan kewirausahaan. Literasi technopreneurship tidak hanya mencakup penguasaan terhadap alat dan platform digital, tetapi juga pemahaman strategis tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi operasional, serta membuka peluang pasar baru. Kombinasi literasi ini menjadi landasan penting bagi wirausahawan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah perubahan zaman (Heryani et al., 2023).

Dalam kehidupan modern, bisnis memegang peranan penting dalam mendukung kebutuhan individu maupun masyarakat. Bisnis adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang melibatkan investasi terhadap sumber daya yang tersedia, baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Kegiatan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari serta meningkatkan taraf hidup dengan menciptakan barang atau jasa. Selain itu, bisnis juga berorientasi pada pengelolaan sumber daya secara optimal guna memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya. Bisnis tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga mencakup inovasi, efisiensi, dan keberlanjutan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika pasar global (Dharma Nurhalim, 2023).

Foody adalah aplikasi inovatif yang dirancang untuk membantu masyarakat Indonesia mencapai pola hidup sehat serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya gizi. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur yang membantu pengguna dalam memahami dan mengelola aspek kesehatan mereka, seperti kalkulator Indeks Massa Tubuh (BMI), pencatatan konsumsi makanan harian, serta rekomendasi makanan yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan individu. Salah satu keunggulan utama Foody adalah integrasi dengan kecerdasan buatan (AI), yang memberikan data kandungan nutrisi makanan secara otomatis sehingga pengguna tidak perlu repot memasukan data nutrisi makanan secara manual.

Materi mengenai *Body Mass Index* (BMI) dan pola makan seimbang sangat penting untuk dipelajari oleh siswa, karena dapat meningkatkan kesadaran mereka terhadap kesehatan pribadi. BMI adalah indikator yang digunakan untuk mengevaluasi apakah seseorang berada dalam kisaran berat badan yang sehat berdasarkan tinggi dan berat badannya, sehingga siswa dapat memahami kondisi tubuh mereka dan mencegah risiko kesehatan akibat berat badan yang tidak ideal. Selain itu, pola makan seimbang, yang mencakup konsumsi buah-buahan, sayuran, protein, karbohidrat, dan lemak sehat,

membantu siswa membentuk kebiasaan hidup sehat sejak dini. Dengan mempelajari pola makan seimbang, siswa dapat membuat pilihan makanan yang lebih baik dan membangun kebiasaan hidup sehat yang berkelanjutan, menjadi fondasi penting untuk menjaga kesehatan jangka panjang (Astuti et al., 2019).

Dengan memanfaatkan berbagai saluran digital, mulai dari media sosial Foody berusaha membangun kehadiran yang kuat di dunia digital. Strategi ini tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan jumlah pengguna, tetapi juga untuk membangun komunitas pengguna yang aktif dan memberikan edukasi tentang pentingnya nutrisi seimbang dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai fitur inovatif yang ditawarkan oleh Foody, seperti pencatatan nutrisi secara otomatis, penghitungan BMI, dan sistem peringatan terhadap kandungan makanan yang melebihi batasan harian, menjadi keunggulan kompetitif yang harus dipromosikan dengan baik melalui kampanye pemasaran digital. Pemahaman mendalam mengenai perilaku konsumen, preferensi pengguna, serta tren dalam industri kesehatan dan kebugaran menjadi dasar bagi penyusunan strategi pemasaran yang efektif.

## **2. KAJIAN TEORITI**

### ***Business Model Canvas (BMC)***

*Business Model Canvas (BMC)* adalah alat yang sangat berguna, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis secara menyeluruh. Dengan menggabungkan sembilan elemen utama, seperti *customer segments*, *value propositions*, hingga *cost structure*, BMC mempermudah pengusaha untuk memvisualisasikan model bisnis mereka dengan cara yang sederhana namun komprehensif. Alat ini tidak hanya membantu merancang strategi untuk bisnis baru, tetapi juga mengevaluasi model bisnis yang sudah berjalan. Bagi UMKM yang sering memiliki keterbatasan sumber daya, BMC menjadi panduan strategis untuk mengoptimalkan efisiensi biaya, menemukan peluang pendapatan baru, dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pasar, sehingga membantu meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis (Jati et al., 2024).

### **Instagram**

Instagram adalah platform media sosial yang berfokus pada berbagi gambar dan video secara online. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah

berbagai jenis foto dan video yang dapat dilihat secara instan. Kata "insta" berasal dari "instan," yang merujuk pada kemampuan Instagram untuk menampilkan gambar dengan cepat, mirip dengan konsep "foto instan" pada kamera polaroid. Sementara itu, kata "gram" diambil dari "telegram," yang dikenal sebagai alat untuk mengirim informasi dengan cepat, mencerminkan kemampuan platform ini dalam menyampaikan konten secara real-time (Annisa & Wulansari, 2024).

### **BMI (Body Mass Index)**

Indeks Massa Tubuh (BMI) adalah rasio berat badan (kg) terhadap tinggi badan (meter) kuadrat yang digunakan untuk menentukan apakah berat badan seseorang berada dalam kisaran yang sehat. BMI merupakan metode yang sangat sederhana untuk mengklasifikasikan berat badan, terutama pada anak-anak, dan dapat digunakan dalam studi populasi besar karena hanya memerlukan dua komponen pengukuran, yaitu berat dan tinggi badan. Namun, kebiasaan aktivitas fisik yang rendah dengan pola perilaku pasif (*sedentary*), terutama pada anak-anak, dapat meningkatkan peluang peningkatan BMI. Bahkan, terdapat hipotesis bahwa semakin tinggi BMI seseorang, semakin sedikit aktivitas fisik yang akan mereka lakukan, sehingga menimbulkan risiko kesehatan yang lebih besar (Yugan et al., 2023).

### **AI (Artificial Intelligence)**

Artificial Intelligence (AI) atau dikenal juga sebagai kecerdasan buatan adalah sistem komputer yang dirancang untuk melakukan aktivitas yang biasanya membutuhkan tenaga dan kecerdasan manusia. Di Indonesia, penerapan AI di bidang pendidikan telah berkembang pesat, terutama untuk mendukung sistem pendidikan di masa pandemi. Implementasi AI dapat dilihat melalui berbagai inovasi seperti konten dan materi pembelajaran digital, mentor virtual, penilaian otomatis, hingga pembelajaran yang dipersonalisasi, seperti yang ditawarkan oleh platform Ruangguru. Selain itu, penggunaan platform konferensi video seperti Google Meet, Zoom, dan Skype juga menjadi bagian dari transformasi pendidikan berbasis teknologi, memungkinkan proses belajar mengajar dilakukan secara online dengan lebih efektif (Anggraini, 2024).

## **Googel Admob**

Google AdMob adalah platform gratis yang dirancang untuk membantu pengguna menghasilkan pendapatan dengan menampilkan iklan bertarget pada konten aplikasi mereka. Platform ini memungkinkan pengembang aplikasi untuk memonetisasi aplikasi mereka dengan cara yang efektif, sambil memberikan pengalaman iklan yang relevan dan terintegrasi kepada pengguna (Aini et al., 2023).

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang tahapan pemasaran aplikasi Foody. Penelitian kualitatif digunakan untuk menggali kebenaran ilmiah melalui pemahaman yang mendalam yang dilakukan dalam jangka waktu yang lama (Rustamana et al., 2024). Menurut Rustamana, pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun buatan manusia, seperti aktivitas, karakteristik, hubungan, kesamaan, dan perbedaan (Rustamana et al., 2024).

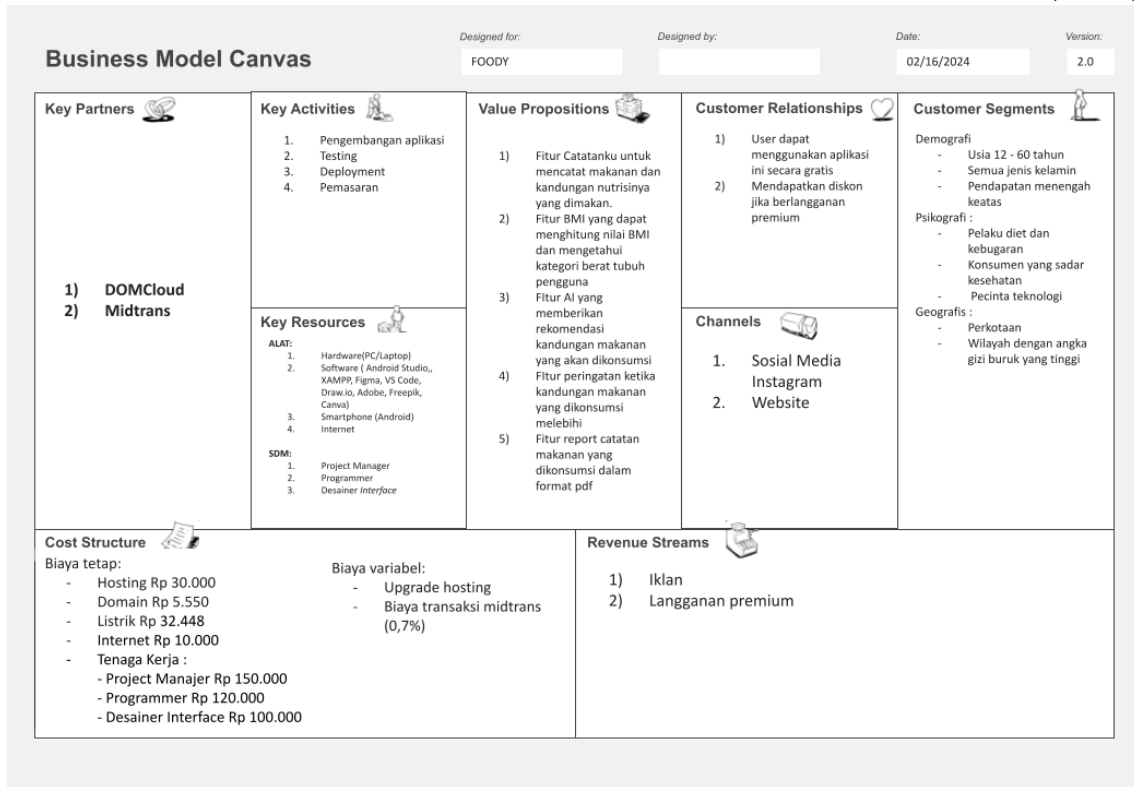
Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan analitis. Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan peristiwa, fenomena, serta situasi sosial yang menjadi objek penelitian. Sementara itu, pendekatan analitis bertujuan untuk memaknai, menginterpretasikan, dan membandingkan data yang diperoleh selama proses penelitian. Oleh karena itu, Waruwu menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang menggunakan narasi atau deskripsi untuk menjelaskan dan memahami makna dari setiap fenomena, gejala, dan situasi sosial. Dalam pendekatan ini, peneliti memainkan peran kunci sebagai instrumen utama untuk menginterpretasikan dan memaknai data yang dihasilkan dari penelitian (Waruwu, 2023).

Dalam konteks ini, penelitian difokuskan pada analisis tahapan pemasaran, memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif mengenai strategi pemasaran yang diterapkan pada aplikasi Foody.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Bisnis Platform Pencatatan Nutrisi Makanan Untuk  
Membantu Pola Makan Yang Sehat*

**Business Model Canvas (BMC)**



**Gambar 1: Business Model Canvas (BMC).**

**1. Value Proposition**

- a. **Fitur Catatanku** : Memberikan kemampuan untuk mencatat makanan yang dikonsumsi serta kandungan nutrisinya. Hal ini mempermudah pengguna untuk memantau pola makan mereka dengan terstruktur.
- b. **Fitur BMI (Body Mass Index)**: Fitur ini memungkinkan pengguna menghitung nilai BMI untuk mengetahui kategori berat badan mereka, seperti apakah berat badan mereka ideal, kurang, atau berlebih.
- c. **Fitur AI Rekomendasi Makanan**: Teknologi kecerdasan buatan digunakan untuk memberikan rekomendasi makanan berdasarkan kebutuhan gizi pengguna, memastikan konsumsi yang lebih sehat dan sesuai target kesehatan.
- d. **Peringatan Konsumsi Berlebih**: Fitur ini memberikan notifikasi jika pengguna mengonsumsi makanan melebihi batas tertentu, membantu mereka menjaga keseimbangan gizi dan mencegah pola makan tidak sehat.
- e. **Laporan Catatan Makanan**: Menyediakan laporan dalam format PDF untuk menganalisis konsumsi makanan harian atau mingguan, yang dapat digunakan

untuk evaluasi kesehatan pengguna.

## 2. Customer Segments

### a. Demografi:

- 1) Usia 12–60 tahun.
- 2) Semua jenis kelamin.
- 3) Pendapatan menengah ke atas.

### b. Psikografi:

- 1) Pelaku diet dan kebugaran.
- 2) Konsumen yang sadar kesehatan.
- 3) Pecinta teknologi.

### c. Geografis:

- 1) Wilayah perkotaan.
- 2) Wilayah dengan angka gizi buruk yang tinggi.

## 3. Channels

- a. **Sosial Media:** Foody memanfaatkan platform seperti Instagram untuk berinteraksi dengan pengguna dan mempromosikan fitur-fitur aplikasinya.
- b. **Website:** Situs resmi menjadi tempat untuk mengunduh aplikasi, mengakses informasi, dan berlangganan layanan premium.

## 4. Customer Relationship

- a. **Penggunaan Aplikasi Gratis:** Pengguna dapat memanfaatkan fitur dasar aplikasi tanpa biaya untuk menarik lebih banyak pelanggan baru.
- b. **Diskon Berlangganan Premium:** Penawaran diskon menjadi strategi untuk meningkatkan transisi pengguna ke layanan berbayar dan membangun loyalitas.

## 5. Revenue Stream

### a. Iklan:

Penghasilan diperoleh dari pengiklan yang ditampilkan pada aplikasi

### b. Langganan Premium:

Pengguna dapat berlangganan untuk mendapatkan fitur tambahan, seperti laporan PDF atau rekomendasi yang lebih personal.

## 6. Key Activities

- a. **Pengembangan Aplikasi:** Melakukan *coding*, desain, dan fitur pengembangan

aplikasi.

- b. **Testing:** Memastikan aplikasi bebas bug dan berfungsi optimal.
- c. **Deployment:** Meluncurkan aplikasi ke platform publik.
- d. **Pemasaran:** Menjalankan strategi promosi untuk menarik pengguna.

## 7. Key Resources

### Alat:

- a. **Hardware:** PC atau laptop untuk pengembangan aplikasi.
- b. **Software:** Android Studio, XAMPP, Figma, VS Code, dan lainnya untuk mendukung desain dan *coding*.
- c. Smartphone Android dan internet untuk pengujian dan pengelolaan operasional.

### Tenaga Kerja

- a. Project Manager
- b. Programmer
- c. UI/UX Designer

## 8. Key Partnership

- a. **DOMCloud:** Memberikan layanan hosting dan *database*, yang menjaga agar aplikasi tetap *online* dan dapat diakses oleh pengguna kapan saja.
- b. **Midtrans:** Menyediakan solusi pembayaran online untuk aplikasi Foody, memungkinkan transaksi pembayaran yang aman dan mudah bagi pengguna yang memilih untuk berlangganan premium.

## 9. Cost Structure

### a. Biaya Tetap:

- 1) **Hosting:** Rp 30.000/bulan.
- 2) **Domain:** Rp 5.550/bulan.
- 3) **Listrik:** Pemakaian listrik rata-rata: 24 kWh untuk pengerjaan selama 24 hari (1 jam/hari).
- 4) **Tarif listrik:** Rp 1.352/kWh (mengacu pada PLN).
- 5) **Total biaya listrik:** 24 kWh x Rp 1.352/Kwh = Rp 32.448
- 6) **Tenaga Kerja:**

- b. **Project manager:** Rp 150.000



c. **Programmer:** Rp 130.000

d. **Designer:** Rp 100.000

e. **Biaya Variabel:**

- 1) **Upgrade Hosting:** Biaya tambahan untuk meningkatkan kapasitas hosting jika jumlah pengguna bertambah.
- 2) **Biaya Transaksi Midtrans:** Biaya layanan sebesar 0,7% dari setiap transaksi pelanggan berlangganan premium.

## Segmentasi Pasar

### 1. Demografi

- a. Usia: Utama 12-60 tahun. Kelompok usia ini biasanya lebih sadar akan kesehatan, memiliki akses ke teknologi, dan lebih cenderung menggunakan aplikasi digital untuk memantau kesehatan mereka.
- b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan, namun perempuan mungkin lebih tertarik pada pencatatan nutrisi dan pola makan yang lebih sehat.
- c. Pendapatan: Menengah ke atas. Pengguna dengan pendapatan yang lebih tinggi lebih cenderung memiliki kesadaran kesehatan dan kemauan untuk berlangganan fitur premium.

### 2. Psikografi

- a. Pelaku diet dan kebugaran
- b. Konsumen yang sadar kesehatan
- c. Pecinta teknologi

### 3. Geografis

- a. Perkotaan: Fokus pada pengguna di daerah perkotaan dengan akses yang lebih baik ke internet, smartphone, dan gaya hidup modern.
- b. Wilayah dengan angka gizi buruk yang tinggi: Mengidentifikasi daerah yang memiliki permasalahan gizi buruk dan fokus pada edukasi kesehatan melalui aplikasi.

## Strategi Promosi

Untuk memasarkan aplikasi Foody, strategi promosi digital yang efektif diperlukan untuk mencapai audiens target yang relevan. Beberapa strategi utama yang digunakan antara lain promosi melalui media sosial dan pemasaran dari mulut ke mulut.

Berikut adalah rincian dari masing-masing strategi tersebut:

## **1. Social Media Strategi - Instagram**

Instagram adalah platform yang sangat visual, menjadikannya cocok untuk mempromosikan aplikasi Foody. Strategi ini akan memanfaatkan Instagram untuk menarik audiens melalui konten visual yang menarik dan edukatif.

- a. **Konten Visual:** Foody akan fokus pada pembuatan konten menarik seperti infografis tentang nutrisi, resep sehat, hasil pelacakan nutrisi, dan tips kesehatan sehari-hari.
- b. **Hashtags:** Menggunakan hashtag yang tepat di Instagram akan membantu Foody menjangkau audiens yang lebih luas. Hashtag yang relevan seperti. #HealthyLiving, #FoodyApp, #NutritionGoals, #DietSehat, #Kalori, dan lainnya akan digunakan.

## **2. Promosi Word-of-Mouth**

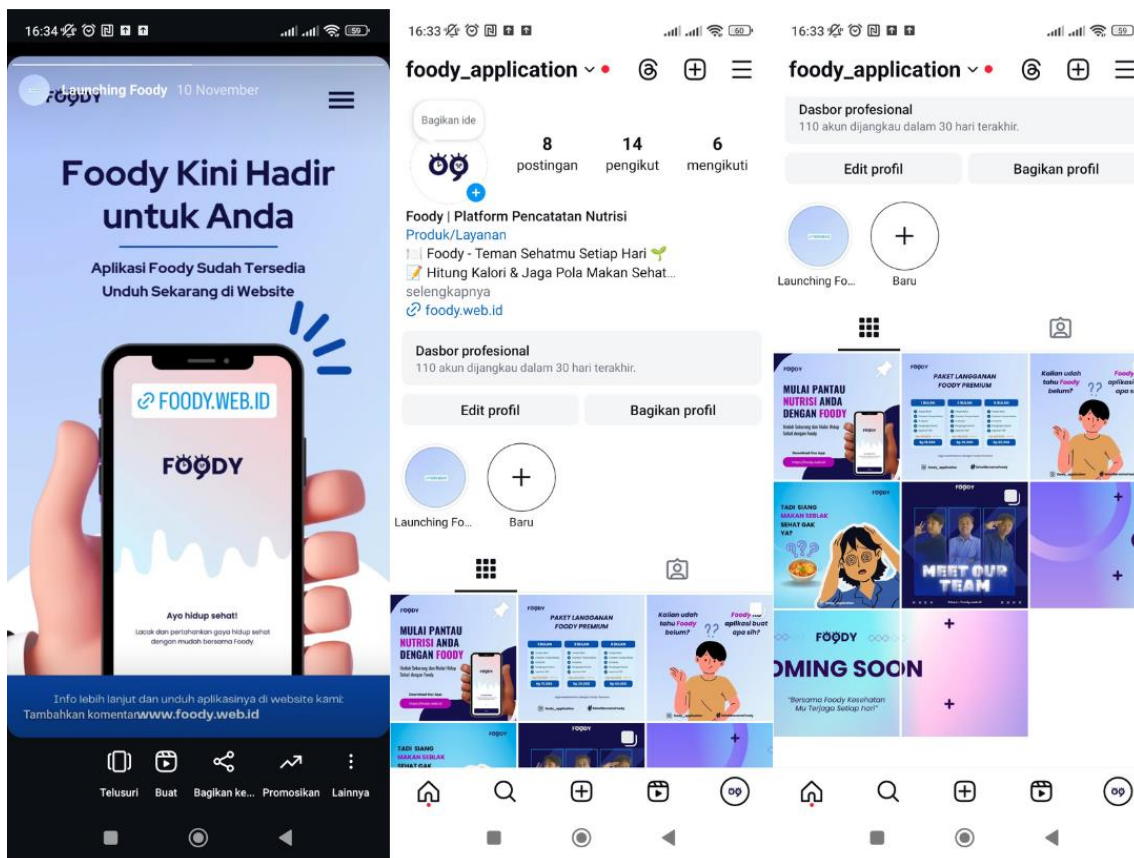
Word-of-mouth adalah metode promosi yang efektif, karena calon pengguna cenderung lebih mempercayai rekomendasi dari teman, keluarga, atau pengguna aplikasi saat ini.

**Testimoni User:** Kumpulkan dan bagikan testimoni dari pengguna yang puas dan telah mendapatkan manfaat dari aplikasi Foody. Testimoni ini dapat digunakan di Instagram dan situs web untuk meningkatkan kepercayaan di kalangan pengguna baru.

## Distribusi Produk

### Branding di Instagram

Untuk membangun kesadaran publik dan memperluas jangkauan promosi aplikasi Foody, Instagram digunakan sebagai saluran utama untuk branding. Akun resmi Instagram untuk Foody dibuat pada 9 Oktober 2024, dengan nama pengguna @foody\_application. Langkah ini bertujuan menciptakan identitas digital yang kuat sekaligus berfungsi sebagai media komunikasi antara aplikasi Foody dan calon pengguna.

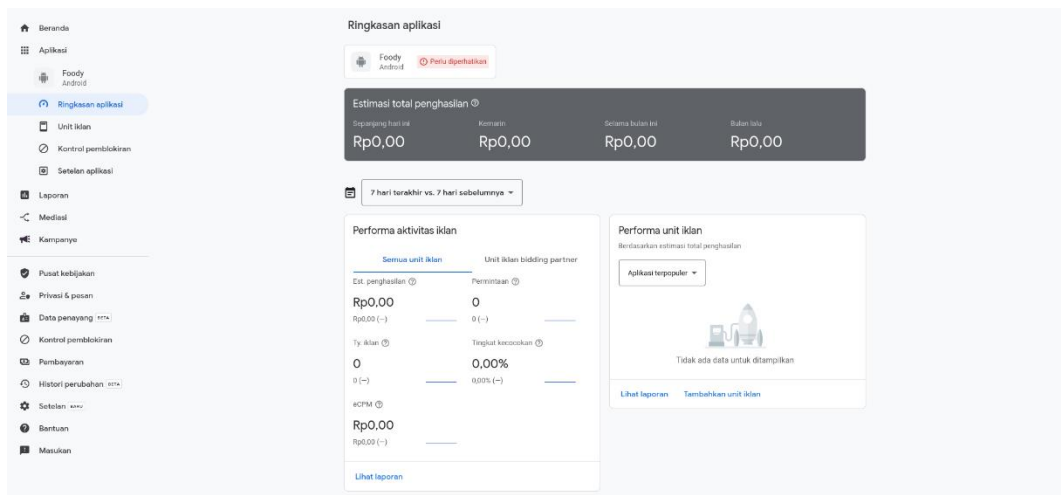


**Gambar 2:** Strategi Branding Aplikasi Foody di Instagram.

### Pengaturan Akun Google Admob

Untuk menghasilkan pendapatan melalui iklan, Foody menggunakan Google Admob sebagai penyedia iklan. Setelah akun dibuat, aplikasi Foody ditambahkan ke akun Google Admob, di mana unit iklan dipilih untuk ditampilkan dalam aplikasi.

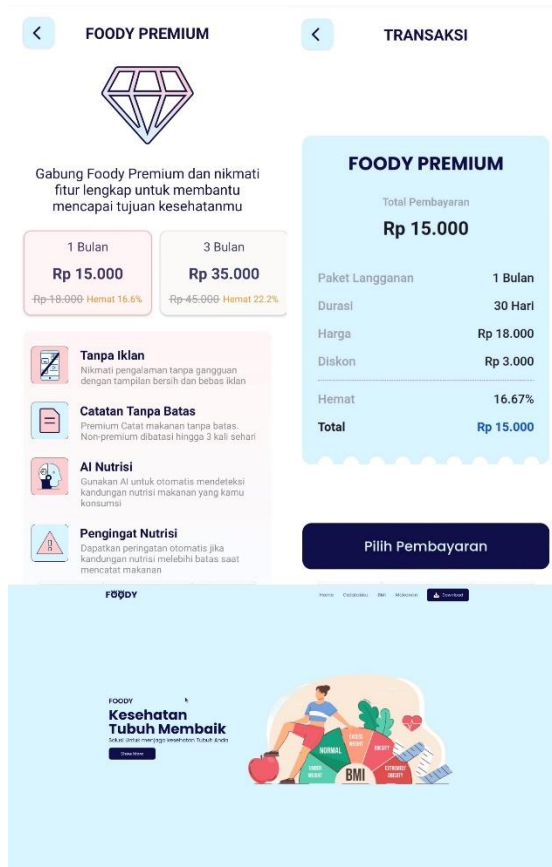
## Bisnis Platform Pencatatan Nutrisi Makanan Untuk Membantu Pola Makan Yang Sehat



Gambar 3: Membuat Akun Google Admob untuk Menampilkan Iklan.

### Pengembangan Aplikasi dan Situs Web

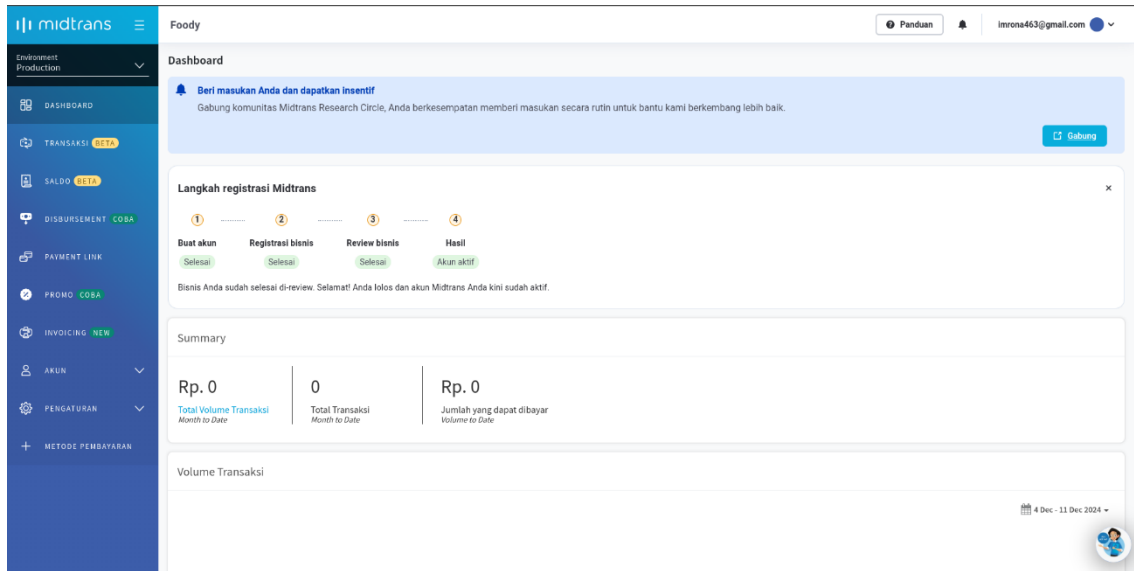
Untuk menghasilkan pendapatan melalui iklan, Foody menggunakan Google Admob sebagai penyedia iklan. Setelah akun berhasil dibuat, aplikasi Foody ditambahkan ke akun Google Admob, di mana unit iklan dipilih untuk ditampilkan di dalam aplikasi.



Gambar 4: Pengembangan Aplikasi dan Website Foody.

## Pendaftaran Akun Midtrans

Untuk memungkinkan pembayaran langganan premium dalam aplikasi Foody, diperlukan sebuah payment gateway. Foody menggunakan Midtrans sebagai payment gateway untuk menangani transaksi pembayaran dalam aplikasi.



**Gambar 5:** Mendaftar Akun Midtrans untuk Payment Gateway.

## Pengujian dan Perbaikan Aplikasi

Setelah pengembangan aplikasi Foody selesai, pengujian dilakukan untuk memastikan semua fitur berjalan dengan lancar sebelum peluncuran resmi.

## Peluncuran dan Promosi Aplikasi Foody di WhatsApp

Pada tanggal 10 November 2024, aplikasi Foody resmi diluncurkan. Aplikasi ini dapat diunduh melalui tautan <https://foody.web.id/download>. Untuk memperkenalkan aplikasi kepada audiens yang lebih luas, promosi dilakukan dengan membagikan informasi melalui akun WhatsApp pribadi setiap anggota tim.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan dan promosi aplikasi Foody telah berjalan dengan baik meskipun menghadapi berbagai tantangan. Dimulai dengan branding yang efektif melalui Instagram pada 9 Oktober 2024, Foody berhasil menciptakan kesadaran publik dan memperkenalkan identitas digital yang kuat. Strategi memanfaatkan berbagai fitur seperti feed, Instastory, dan hashtag membantu menarik perhatian audiens, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan aplikasi. Proses pendaftaran akun Google

Admob dan Midtrans, meskipun menghadapi beberapa masalah verifikasi, telah berhasil dipersiapkan untuk mendukung monetisasi melalui iklan dan pembayaran premium. Pengembangan aplikasi dan website juga berjalan sesuai rencana, dengan penambahan fitur langganan premium dan perbaikan bug yang cepat sebelum peluncuran resmi pada 10 November 2024.

Keberhasilan ini juga menunjukkan bahwa, meskipun memerlukan investasi awal yang signifikan, aplikasi Foody mulai menghasilkan pendapatan yang dapat mendukung keberlanjutan operasionalnya. Ke depannya, rencana keberlanjutan yang mencakup promosi yang lebih agresif melalui strategi dari mulut ke mulut dan perluasan basis pengguna ke perangkat iOS serta publikasi di Google Play Store akan menjadi langkah strategis yang penting. Dengan terus berfokus pada inovasi dan peningkatan pengalaman pengguna, Foody memiliki potensi untuk tumbuh lebih besar dan memperluas pangsa pasarnya.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Aini, F. N., Handoko, L. H., & Armen, R. E. (2023). Analisis Fiqh Muamalah terhadap Penghasilan pada Aplikasi BuzzBreak. *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law*, 6(2), 276. <https://doi.org/10.21043/tawazun.v6i2.22735>
- Anggraini, D. (2024). KECERDASAN BUATAN (AI) DAN NILAI CO-CREATION DALAM PENJUALAN B2B (BUSINESS-TO-BUSINESS). *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi*, 1(2). <https://doi.org/10.25126/justsi.v1i2.7>
- Annisa, Z. N., & Wulansari, D. (2024). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI STAFFEE.CA BOUQUET SIDOARJO*. 6(4).
- Astuti, S. W., Andayani, Y., Al-Idrus, S. W., & Purwoko, A. A. (2019). Penerapan Metode Praktikum Berbasis Kehidupan Sehari-hari Terhadap Keterampilan Proses Sains Siswa Kelas XI MIA MAN 1 Mataram. *Chemistry Education Practice*, 1(2), 20. <https://doi.org/10.29303/cep.v1i2.952>
- Dharma Nurhalim, A. (2023). Pentingnya Etika Bisnis Sebagai Upaya dalam Kemajuan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 14(2a), 11–20. <https://doi.org/10.47927/jikb.v14i2a.536>
- Heryani, R. D., Sulistyaniningsih, E., Susilawati, S., & Tukiran, M. (2023). PENGARUH SELF EFFICACY DAN LITERASI TECHNOPRENEURSHIP TERHADAP MINAT WIRAUSAHA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UNINDRA. *Research and Development Journal of Education*, 9(1), 188.

<https://doi.org/10.30998/rdje.v9i1.15052>

Jati, L. J., Sulastri, S., Talidobel, S., & Assa'ady, M. C. U. (2024). *PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PEMBUATAN BMC BERDASARKAN ANALISIS SWOT DAN PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI UMKM PISANG COKLAT*.

Rustamana, A., Rohmah, N., Natasya, P. F., Raihan, R., & Tirtayasa, U. S. A. (2024). *KONSEP PROPOSAL PENELITIAN DENGAN JENIS PENELITIAN KUALITATIF PENDEKATAN DESKRIPTIF*. 5.

Waruwu, M. (2023). *Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi*. 7.

Yugan, E., Amir, Y., & Fitri, A. (2023). Gambaran aktivitas fisik dengan Indeks Massa Tubuh (IMT) pada anak usia sekolah. *FLORONA : Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 2(2), 104–110.  
<https://doi.org/10.55904/florona.v2i2.905>