

Shinta Nurfauzia: Dari Hukum ke Raksasa Makanan Sehat Lemonilo

Updates. - WARTAWAN.ORG

Nov 17, 2025 - 22:43

Image not found or type unknown



PENGUSAHA - Siapa sangka, sosok di balik Lemonilo, merek makanan sehat yang kian digemari, lahir dari latar belakang pendidikan hukum. Shinta Nurfauzia, sang pendiri, memulai perjalanannya bukan di dapur atau laboratorium, melainkan di ruang-ruang sidang dan studi hukum. Namun, visi untuk menyehatkan bangsa Indonesia membawanya pada sebuah revolusi kuliner yang tak terduga.

Lulusan S1 Hukum Universitas Indonesia ini tak langsung terjun ke dunia bisnis. Selama bertahun-tahun, ia mengasah diri sebagai peneliti dan konsultan hukum, menimba ilmu dan pengalaman berharga. Pintu kesempatan terbuka lebar saat Shinta berhasil meraih beasiswa LPDP untuk melanjutkan studi S2 Business Law di Harvard Law School, Amerika Serikat. Di sinilah takdir mempertemukannya dengan Johannes Ardiant dan Ronald Wijaya, dua rekan yang kelak menjadi motor penggerak Lemonilo.

Tentang pendirian Lemonilo, Shinta pernah mengungkapkan, "Kami punya visi yang sama, yaitu ingin menyehatkan bangsa Indonesia." Hasrat inilah yang mendorong mereka untuk menciptakan sebuah 'marketplace' yang memberdayakan masyarakat untuk menemukan produk makanan sehat dengan harga yang ramah di kantong. Pilihan awal jatuh pada mi instan, produk yang punya reputasi kontroversial: enak, ekonomis, namun seringkali dianggap tak sehat.

Tak gentar dengan stigma tersebut, Shinta dan timnya bertekad mengubah pandangan itu. "Alasan Shinta ingin menggunakan mi instan sebagai produk Lemonilo adalah karena produk ini bersifat kontroversial, rasanya enak, ekonomis, namun sering dianggap tak menyehatkan," jelasnya. Maka lahirlah mi Lemonilo yang mengusung bahan alami, bebas pengawet, pewarna, dan MSG tambahan. Kandungan nutrisi alaminya, 0% lemak trans, serta lebih rendah gluten, menjadikannya pilihan aman bahkan untuk mereka yang sedang menjalani diet sehat.

Perjalanan Lemonilo tak serta-merta mulus. Namun, dengan ketekunan dan inovasi, perusahaan rintisan ini berhasil mengumpulkan pendanaan luar biasa senilai US\$72 juta atau sekitar Rp1 triliun dalam lima putaran. Puncaknya, pada tahun 2021, Lemonilo menerima suntikan dana sebesar Rp516,2 miliar yang dipimpin oleh Sofina Ventures SA dari Belgia, dengan dukungan dari investor ternama seperti Sequoia Capital India. Langkah strategis pun diambil, menggandeng grup K-pop ternama, NCT Dream, sebagai brand ambassador untuk semakin memperluas jangkauan promosi mi sehat mereka.

Di balik kesuksesan Lemonilo, tak terlepas dari peran Shinta Nurfauzia yang pernah mengalami 'quarter life crisis' di usia 25 tahun, tepat sebelum ia mendapatkan beasiswa prestisius. Pengalaman ini rupanya menjadi titik balik yang memperkuat keyakinannya akan keberdayaan perempuan. Ia berpendapat, "Yang terpenting, perempuan harus jujur kepada dirinya sendiri tentang bentuk aktualisasi diri yang mereka inginkan." Di samping itu, Shinta juga dikabarkan memiliki jiwa bisnis sejak dini, sebuah bakat yang terus diasah hingga membawanya pada posisi puncak seperti saat ini.

Meskipun rincian kekayaan pribadi Shinta Nurfauzia belum terpublikasi, kesuksesan Lemonilo tak terbantahkan. Pada tahun 2022, perusahaan ini dikabarkan meraih omzet penjualan fantastis sebesar Rp329.815.047. Kini, Lemonilo telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 300 UKM di seluruh penjuru negeri dan terus melakukan ekspansi bisnis secara masif, membuktikan bahwa visi kesehatan yang diusung Shinta Nurfauzia telah merasuk ke hati masyarakat Indonesia. ([PERS](#))