

## ABSTRAK

Pertumbuhan industri kuliner urban mendorong lahirnya inovasi usaha berbasis mobilitas tinggi seperti *food truck*. Proyek “Nasi Campur Almaz” hadir sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika pasar Surabaya dengan mengusung konsep dapur berjalan menggunakan mobil Wuling Almaz. Produk utamanya adalah nasi campur dengan variasi lauk khas Indonesia yang disajikan cepat, higienis, dan estetik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis kuliner bergerak yang efektif, efisien, dan relevan dengan gaya hidup masyarakat urban. Metode penyusunan laporan mencakup studi literatur, survei pasar, uji produk, dan simulasi operasional terbatas. Hasil perencanaan meliputi pengembangan menu standar, SOP produksi, strategi pemasaran digital berbasis media sosial, serta proyeksi keuangan dengan target BEP 2-3 bulan. Temuan menunjukkan bahwa konsep ini memiliki keunikan pada fleksibilitas lokasi, visual branding, dan pendekatan pelayanan modern. Dengan strategi yang terintegrasi dan modal awal sebesar Rp 15 juta, usaha ini dinilai layak dikembangkan sebagai alternatif kuliner inovatif di tengah mobilitas masyarakat urban.

**Kata kunci:** *food truck*, kuliner mobile, nasi campur, strategi bisnis, Surabaya

## ABSTRACT

*The growth of the urban culinary industry has encouraged the emergence of high-mobility business innovations such as food trucks. The “Nasi Campur Almaz” project responds to the dynamics of the Surabaya market by presenting a mobile kitchen concept using a Wuling Almaz vehicle. Its main product is Indonesian-style nasi campur, served quickly, hygienically, and with appealing presentation. This study aimed to design an effective, efficient, and lifestyle-relevant mobile culinary business model. The methodology included literature review, market surveys, product testing, and limited operational trials. The planning results covered standardized menu development, production SOPs, social-media-based digital marketing strategies, and financial projections targeting a 2-3 month break-even period. The findings highlight the business’s unique strengths in location flexibility, visual branding, and modern service approach. With an integrated strategy and initial capital of IDR 15 million, the project is considered feasible to develop as an innovative culinary alternative aligned with urban mobility trends.*

**Keywords:** *business strategy, food truck, mobile culinary, nasi campur, Surabaya*