

BAB IV

STRATEGI PEMASARAN DAN PERENCANAAN KEUANGAN

4.1 Target Pasar

Nasi Campur Almaz menyasar kalangan pekerja kantoran, mahasiswa, dan keluarga muda di wilayah Surabaya Barat dan sekitarnya. Karakteristik target pasar meliputi: Usia 15-50 tahun karena memiliki Mobilitas tinggi, menyukai makanan cepat saji yang tetap lezat dan bergizi, Aktif di media sosial, terbuka terhadap inovasi kuliner baru, dan cenderung mencari makanan yang nyaman, *grab-and-go*, namun tetap *rumahan*

Menurut Yunita & Febrian (2021), generasi milenial dan Gen Z memiliki preferensi terhadap kuliner yang dapat dinikmati dengan cepat namun tetap memiliki nilai estetika dan rasa.

4.2 Positioning dan Branding

Tagline yang diusung: “*Nasi Campur Rasa Rumah, Gaya Jalanan*”

Sedangkan *branding* menekankan pada:

1. Kualitas makanan rumahan khas Indonesia
2. Mobilitas tinggi dan penampilan *modern urban street food*
3. Kemasan yang bersih, ramah lingkungan, dan menarik difoto

Menurut Prasetyo dan Gunawan (2021), keberhasilan *positioning* kuliner sangat dipengaruhi oleh kemampuan *brand* membangun kedekatan emosional dengan konsumen melalui nilai-nilai gaya hidup.

4.3 Strategi Promosi

Promosi dilakukan melalui pendekatan digital dan *direct engagement*:

1. *Instagram* dan *TikTok Marketing*
Konten harian: lokasi hari ini, *behind-the-scenes*, dan testimoni pelanggan
2. *Promo Launching* “Cari Almaz”
Pelanggan yang memposting lokasi *food truck* dan menandai akun @nasicampuralmaz mendapat potongan Rp 5.000
3. Kolaborasi dengan *Food Blogger* Lokal
Fokus pada *micro-influencer* kuliner Surabaya dengan *engagement* tinggi

4. Partisipasi di *Event* Kuliner dan *Car Free Day*

Meningkatkan visibilitas dan akses ke segmen pasar baru secara langsung Menurut Syahrial & Astuti (2022), kolaborasi dengan *food blogger* lokal dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap brand baru secara signifikan. Strategi pasar yang paling menguntungkan adalah Live Tiktok, karena dari sana banyak orang yang penasaran apa yang dijual. Lokasi berjualan yang paling banyak pembeli dan menguntungkan adalah Lokasi Jalan Bratang Gede samping Indomaret. Disana terdapat banyak penjual makanan yang sering dicari orang untuk mencari sarapan sebelum berangkat kerja dan sekolah.

4.4 Strategi Harga

Penetapan harga dilakukan dengan *cost-based pricing*, mempertimbangkan:

1. Harga bahan baku harian
2. Tenaga kerja dan operasional *food truck*
3. Margin keuntungan $\pm 87,5\%$ per box
4. Contoh perhitungan:
 - a. HPP nasi campur: Rp 8.000
 - b. Harga jual: Rp 15.000
 - c. Margin keuntungan: Rp 7.000 ($\pm 87,5\%$)

Metode ini memberikan transparansi dan kontrol yang baik di fase awal usaha (Rakhmawati & Prasetya, 2020).

4.5 Proyeksi Keuangan

a. Modal Awal (estimasi)

No	Komponen	Estimasi Biaya (Rp)
1.	Penyusutan Mobil Almaz	3.000.000
2.	Peralatan dapur <i>portable</i>	500.000
3.	Stok awal bahan baku	500.000
4.	<i>Branding</i> dan desain visual	500.000
5.	Perizinan	500.000
Total Modal Awal (Rp)		5.000.000

b. Biaya Operasional Bulanan (estimasi)

No	Komponen	Estimasi Biaya (Rp)
1.	Bahan baku harian	7.500.000
2.	Bensin dan transportasi	1.500.000
3.	LPG dan listrik <i>portable</i>	500.000
4.	Lain-lain (<i>packaging</i> dll)	500.000
Total Bulanan (Rp)		10.000.000

c. Proyeksi Penjualan

1. Target penjualan: 40 box per hari
2. Harga jual per box: Rp 15.000
3. Omzet bulanan: $25 \times 40 \times \text{Rp } 15.000 = \text{Rp } 15.000.000$
4. Laba kotor: $\text{Rp } 15.000.000 - \text{Rp. } 7.500.000 = \text{Rp. } 7.500.000$
5. Laba bersih setelah operasional: $\text{Rp } 7.500.000 - \text{Rp } 500.000 =$
Rp 7.000.000

d. Break Even Point (BEP)

Modal Awal / Laba Bersih = $15.000.000 / 7.000.000 = \pm 2,1$ bulan

Namun, dengan strategi promosi, pengembangan varian menu, dan skema event bulanan, diharapkan BEP tercapai dalam waktu 2-3 bulan.

No	Bahan	Jumlah	Harga (Rp)	Hpp / 1 bungkus (Rp)
1.	Beras	1000gr	15,000	375
2.	Ayam	3000gr	66,000	1650
3.	Mie	2 bungkus	20,000	500
4.	Sayur	5 pcs	25,000	625
5.	Sambal	1000gr	30,000	750
6.	Kecap	500ml	25,000	625
7.	Saos Tiram	300ml	20,000	500
8.	B. Putih	250g	12,000	300
9.	B. Bombay	2pcs	12,000	300

10.	Garam	250gr	6,000	150
11.	Merica	100gr	12,000	300
12.	Totole	100gr	12,000	300
13	Royco	100gr	6,000	150
14.	Minyak	500ml	10,000	250
15.	Telur	1000gr	28,000	700
16.	Bungkus	40 bungkus	20,000	500

Total HPP	7,975 > 8,000
------------------	-------------------------