

ABSTRAK

LEZZETLI

Lezzetli merupakan usaha makanan berkonsep *takeaway* dan *preorder* yang menjual lima macam hidangan Timur Tengah yang unik dan khas yaitu Arayes, Shish Kebab, Shawarma and rice, Riz Bi Haleeb, dan Halva. Harga jual produk berkisar Rp.18.000 hingga Rp.40.000 dengan produksi sebanyak tujuh kali dalam satu bulan. Usaha ini membutuhkan modal sebesar Rp. 16.108.000 dengan prediksi keuntungan sebesar 60% dari masing – masing produk yang terjual, waktu yang dibutuhkan untuk BEP yaitu sekitar dua bulan dengan produk Arayes harus terjual 89 porsi, Shish kebab 84 tusuk, Shawarma and rice 76 porsi, Riz bi Haleeb 66 porsi, Halva 31 porsi. Lezzetli memiliki beberapa keuntungan yang belum tentu dimiliki kompetitor lain yaitu bahan yang unik dan khas serta bebas pengawet dan rasa yang berkualitas, Kelemahan daripada Lezzetli ialah produk yang hanya lima hidangan dibandingkan kompetitor yang menyajikan lebih banyak hidangan, penjual makanan Timur Tengah juga belum begitu banyak yang memiliki rasa dan kualitas yang terjaga namun hal tersebut juga bisa menjadi motivasi pengusaha lainnya yang sekiranya ingin menjual produk makanan Timur Tengah juga. Lezzetli berencana akan mengikuti *Bazar* di *mall* besar demi meningkatkan penjualan dan pengenalan produk, Lezzetli juga akan mempromosikan brandnya di minggu pertama dan ketiga setiap bulannya.

Kata Kunci: *Hidangan Timur Tengah, Strategi pemasaran, Bazar makanan, Usaha hidangan Timur Tengah.*

ABSTRACT

LEZZETLI

Lezzetli is a takeaway and preorder food business that sells five kinds of unique and distinctive Middle Eastern dishes, namely Arayes, Shish Kebab, Shawarma and rice, Riz Bi Haleeb, and Halva. The selling price of the product ranges from Rp.18,000 to Rp.40.000 with production 7 times a month. This business requires a capital of IDR 16.108.000 with a predicted profit of 60% from each product sold, the time needed for BEP is about two months with Arayes products having to sell 89 pieces, Shish kebab 84 sticks, Shawarma and rice 76 servings, Riz bi Haleeb 66 servings, Halva 31 servings. Lezzetli has several advantages that other competitors may not have, namely unique and distinctive ingredients and free of preservatives and a consistent taste. The weakness of Lezzetli is a product that only has five dishes compared to competitors that serve more dishes, not many Middle Eastern food sellers have maintained taste and consistency, but this can also be a motivation for other entrepreneurs who wish to sell Middle Eastern food products as well. Lezzetli plans to hold a Pop up Bazaar in a large mall to increase sales and brand awareness, Lezzetli will also promote its brand in the first and third weeks of every month.

Keywords : *Middle Eastern dishes, Food Bazars, Middle Eastern food business, Marketing*