

RINGKASAN

Nur Rahmi MA (08320210052). Penyusunan Business Plan dan Strategi Pemasaran Produk Sate Ayam Tradisional Satelicious. Dibawah bimbingan Ibu St Sabahannur dan Bapak Andi Azrarul Amri.

Tugas Akhir Non-Skripsi ini menyusun *business plan* dan strategi pemasaran untuk usaha kuliner Sate Ayam Tradisional Satelicious di Bumi Tamalanrea Permai (BTP) Makassar, yang menawarkan cita rasa autentik dengan konsep kekinian. Latar belakangnya adalah potensi besar sektor kuliner, khususnya sate ayam, sebagai produk bernilai ekonomis tinggi dengan peluang pasar luas. Tujuan usaha ini adalah mengembangkan kapasitas produksi, pelayanan, dan cakupan pasar secara berkelanjutan, dengan manfaat bagi pelaku usaha, penulis, dan masyarakat sekitar. Strategi pemasaran menggabungkan promosi online (Instagram dan WhatsApp) dan offline (*word of mouth*), didukung branding kuat, analisis pesaing, peluang pasar, serta mitigasi risiko. Rencana keuangan menunjukkan proyeksi pendapatan Rp 24 juta per bulan dengan laba kotor ± Rp 13,3 juta dan titik impas di 153 porsi. Pelaksanaan Maret–Juni 2025 menghasilkan rata-rata penjualan hanya 11 porsi perhari, ini kemungkinan disebabkan Satelicious masih dalam tahap pengenalan dan belum banyak dikenal oleh masyarakat di kawasan Bumi Tamalanrea Permai (BTP) Kota Makassar selain itu disebabkan oleh faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung Satelicious yaitu kondisi cuaca yang kurang bersahabat, seperti hujan yang membuat pelanggan enggan datang ke gerai secara langsung, terutama karena Satelicious mengandalkan penjualan *offline*. Selain itu persaingan

dengan bisnis kuliner sejenis di sekitar Bumi Tamalanrea Permai (BTP) Kota Makassar juga menjadi tantangan tersendiri, di mana kompetitor yang sudah lebih dulu dikenal dapat lebih mudah menarik pelanggan. Penjualan Satelicious selama tiga bulan operasional, yaitu Maret, April, dan Mei. Pada bulan Maret, berhasil terjual sebanyak 184 porsi dengan omzet sebesar Rp 3.680.000. Kemudian pada bulan April, penjualan meningkat menjadi 198 porsi, menghasilkan omzet sebesar Rp 3.960.000. Peningkatan yang paling signifikan terjadi pada bulan Mei, di mana penjualan melonjak menjadi 370 porsi, dengan omzet tertinggi sebesar Rp 6.140.000. Secara total, omzet selama tiga bulan tersebut mencapai Rp 13.780.000. Mayoritas responden (64,7%) memilih pembelian langsung ke gerai dan sebagian besar mengetahui Satelicious melalui *word of mouth* (59,8%). Konsumen sangat menyukai cita rasa produk (4,56 dari 5) dan pelayanan (4,51 dari 5). Kesimpulan Satelicious memiliki potensi besar untuk berkembang, namun perlu mengoptimalkan promosi digital dan *branding* untuk memperluas jangkauan pasar. Penyesuaian strategi pemasaran dan pengembangan produk menjadi kunci keberlanjutan usaha.