

PROPOSAL
BASRENG SHORR



Dibuat Oleh:
Fadiyah Irbati (12325)
Nadiyah Atikah Juliyanti (12338)

SMK NEGERI 10 JAKARTA

Jl. SMEA 6 – Mayjend. Sutoyo Cawang Kramatjati Jakarta Timur (13630)

Telp.8091773 Fax.8004289 website : www.smkn10jkt.sch.id

email : smk10.jktdki@gmail.com

TAHUN 2023 – 2024

KATA PENGANTAR

Kepada Para Pihak yang Terhormat,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga kami dapat menyusun proposal ini. Kami mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada Anda yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membaca dan mempertimbangkan proposal usaha basreng ini.

Seiring dengan tren kuliner yang terus berkembang, kami memiliki kesempatan emas untuk memperkenalkan produk kami, yaitu Basreng (Bakso Goreng). Basreng merupakan inovasi unik yang menggabungkan cita rasa lezat bakso dengan sensasi kriuk dari bahan pelapis yang digoreng dengan teknik khusus. Usaha ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan alternatif makanan yang lezat tetapi juga menjadi peluang investasi yang menjanjikan di pasar kuliner yang terus bergerak maju.

Proposal ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang rencana usaha basreng kami, mulai dari konsep produk, strategi pemasaran, hingga proyeksi keuangan. Kami percaya bahwa produk inovatif ini memiliki potensi besar untuk meraih simpati konsumen, dan dengan dukungan yang tepat, dapat tumbuh menjadi sebuah usaha yang sukses dan berkelanjutan.

Dalam menyusun proposal ini, kami juga menggandeng tim yang berkompeten dan berdedikasi, serta telah melakukan riset pasar yang mendalam untuk memastikan bahwa usaha basreng ini dapat bersaing secara positif di pasar kuliner yang kompetitif.

Oleh karena itu, kami mengajukan proposal ini dengan penuh harapan dan keyakinan. Kami berharap agar proposal usaha basreng ini dapat menjadi landasan untuk kerja sama yang saling menguntungkan. Segala saran, masukan, dan pertanyaan sangat kami harapkan demi kesempurnaan dan kesuksesan bersama.

Terima kasih atas perhatian dan kesempatannya untuk membaca proposal usaha ini. Kami berharap dapat menjalin kerja sama yang baik dan saling menguntungkan. Semoga proposal ini menjadi langkah awal untuk meraih kesuksesan bersama di dunia kuliner.

DAFTAR ISI

COVER	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Visi dan Misi	2
1.3 Tujuan	2
1.4 Analisa STP (<i>Segmentation, Tergeting, Positioning</i>)	3
1.5 Analisis SWOT	4
1.6 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
BAB II PERHITUNGAN ASPEK KEUANGAN.....	8
2.1 Biaya Bahan Pokok	8
2.2 Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)	9
2.3 Perhitungan Harga Jual	9
2.4 Proyeksi Laporan Keuangan	9
2.5 BEP (<i>Break Event Point</i>)	10
2.6 Laporan Laba Rugi.....	10
BAB III PENUTUP	11
3.1 Kesimpulan.....	11
3.2 Saran.....	11

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar kuliner di Indonesia terus mengalami perkembangan yang pesat, dan selera konsumen yang semakin beragam memberikan peluang besar bagi inovasi kuliner. Seiring dengan perkembangan tersebut, kami Basreng SHOR, menyadari potensi besar untuk memperkenalkan produk kuliner inovatif yang dapat memenuhi selera masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, kami memperkenalkan konsep usaha kami, yaitu Basreng (Bakso Goreng), sebagai alternatif makanan yang lezat dan menarik bagi konsumen.

Peningkatan Minat Konsumen Terhadap Produk Inovatif: Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi tren meningkatnya minat konsumen terhadap produk makanan yang unik dan inovatif. Produk makanan yang tidak hanya mengandalkan cita rasa tradisional, tetapi juga menggabungkan elemen kreatif dan kekinian menjadi daya tarik tersendiri. Basreng memiliki konsep inovatif dengan menggabungkan sensasi kenikmatan bakso dengan kelezatan rasa kriuk dari bahan pelapis yang digoreng.

Kesuksesan Produk Serupa di Pasar: Melalui riset pasar yang kami lakukan, kami menemukan bahwa produk serupa seperti bakso goreng atau kudapan kriuk telah meraih kesuksesan di pasar kuliner. Konsep makanan yang dapat dinikmati dengan mudah tanpa mengorbankan cita rasa dan keunikan produk menjadi daya tarik tersendiri. Hal ini memberikan keyakinan bahwa Basreng memiliki peluang besar untuk diterima di pasaran.

Keberlanjutan Usaha Kuliner di Era Digital: Digitalisasi tidak hanya membawa perubahan dalam hal teknologi, tetapi juga mengubah perilaku konsumen. Dengan adanya platform online dan media sosial, pemasaran produk kuliner dapat dilakukan secara lebih efektif. Kami akan memanfaatkan perkembangan ini untuk memperkenalkan dan memasarkan Basreng kepada konsumen dengan cara yang inovatif dan menarik.

Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, Basreng SHOR optimis bahwa konsep usaha Basreng ini dapat menjadi jawaban yang tepat untuk mengisi kebutuhan konsumen dan membuka peluang bisnis yang menjanjikan di tengah persaingan pasar kuliner yang semakin kompetitif. Melalui proposal ini, kami berharap dapat mendapatkan dukungan dan kerjasama untuk mewujudkan kesuksesan bersama di dunia kuliner.

1.2 Visi dan Misi

Visi:

Menjadi brand Basreng (Bakso Goreng) pilihan utama, terkenal dengan cita rasa unggul dan komitmen pada kualitas, dan memberikan kontribusi positif kepada para konsumen.

Misi:

1. Inovasi Produk:

Mengembangkan beragam varian Basreng yang unik dan berkualitas tinggi untuk memenuhi selera konsumen yang semakin beragam, serta terus melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan produk-produk inovatif.

2. Kualitas Terbaik:

Menjamin kualitas prima dalam setiap proses produksi Basreng, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi, hingga proses pengolahan yang higienis dan sesuai standar keamanan pangan.

3. Pelayanan Pelanggan:

Menyediakan pelayanan pelanggan yang ramah, responsif, dan profesional guna memastikan kepuasan pelanggan, serta menerima umpan balik untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan.

4. Keberlanjutan Lingkungan:

Mengintegrasikan praktik-praktik ramah lingkungan dalam operasional bisnis, seperti penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, pengurangan limbah, dan partisipasi dalam kegiatan kebersihan lingkungan.

5. Ekspansi dan Jangkauan Pasar:

Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penetrasi pasar, baik melalui ekspansi regional maupun kolaborasi dengan mitra bisnis yang strategis.

6. Komitmen Etika Bisnis:

Menjalankan bisnis dengan integritas dan etika yang tinggi, mematuhi semua peraturan dan norma yang berlaku, serta berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan industri kuliner.

7. Peningkatan Efisiensi Operasional:

Terus meningkatkan efisiensi operasional untuk mengoptimalkan biaya produksi dan memastikan harga jual yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk.

Dengan visi dan misi ini, kami berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, memberikan pengalaman kuliner yang memuaskan, dan menjadi pemimpin dalam industri Basreng dengan kualitas terbaik.

1.3 Tujuan

Tujuan usaha Basreng SHOR sebagai berikut:

1. **Menciptakan Produk Berkualitas:**
Memproduksi Basreng dengan kualitas terbaik, mengutamakan rasa, tekstur, dan presentasi yang memuaskan pelanggan.
2. **Peningkatan Penjualan:**
Meningkatkan penjualan secara berkelanjutan melalui strategi pemasaran yang efektif, ekspansi ke pasar baru, dan pemberdayaan distribusi yang baik.
3. **Inovasi Produk:**
Terus melakukan riset dan pengembangan untuk menciptakan varian baru Basreng yang unik dan dapat memenuhi selera pasar yang beragam.
4. **Peningkatan Pangsa Pasar:**
Meningkatkan pangsa pasar dalam industri kuliner dengan mengembangkan strategi pemasaran yang agresif dan efisien.
5. **Pelayanan Pelanggan Unggul:**
Menjadi pilihan utama pelanggan melalui pelayanan yang ramah, responsif, dan terfokus pada kepuasan pelanggan.
6. **Keberlanjutan Lingkungan:**
Mengimplementasikan praktik bisnis yang berkelanjutan, termasuk penggunaan bahan baku yang ramah lingkungan dan pengelolaan limbah yang baik.
7. **Peningkatan Efisiensi Operasional:**
Meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan operasional untuk mengoptimalkan biaya produksi dan meningkatkan profitabilitas.
8. **Ekspansi Geografis:**
Melakukan ekspansi ke wilayah baru atau pasar yang potensial untuk meningkatkan jangkauan produk dan keberadaan merek.
9. **Kemapanan Keuangan:**
Mencapai kestabilan keuangan dan profitabilitas yang baik untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan bisnis.

Dengan menetapkan tujuan-tujuan ini, usaha Basreng dapat bergerak menuju pertumbuhan yang berkelanjutan, pelayanan yang berkualitas, dan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

1.4 Analisa STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*)

1. **Segmentation (Segmentasi):**
 - a) Demografi:
Berfokus pada konsumen muda hingga dewasa muda yang cenderung lebih terbuka terhadap variasi rasa dan jenis makanan. Menawarkan produk dengan kisaran harga yang terjangkau dan premium untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

- b) Geografi:
Pemasaran lokal dan regional dengan memahami preferensi rasa dan kebiasaan konsumen di wilayah tersebut.
- c) Psikografis:
Segmen gaya hidup: Menyasar konsumen yang memiliki gaya hidup aktif, suka eksplorasi kuliner, dan mencari pengalaman makanan yang unik.
- d) Perilaku Konsumen:
Segmen yang menyukai camilan praktis dan cocok untuk berbagai kesempatan seperti nongkrong, nonton film, atau acara santai.

2. Targeting (Penetapan target):

- a) Warga sekolah SMKN 10 Jakarta:
Menarik para warga sekolah SMKN 10 Jakarta, terutama siswa/i yang mencari camilan cepat saji yang praktis dan lezat.
- b) Pecinta Cemilan:
Menargetkan pecinta kuliner yang senang mencoba makanan baru dan berinovasi, dengan menawarkan variasi rasa dan tekstur pada produk Basreng.

3. Positioning (Penempatan):

- a) Kualitas Premium:
Menempatkan Basreng sebagai produk dengan kualitas premium, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi dan proses produksi yang higienis.
- b) Inovasi Rasa:
Menekankan inovasi rasa dan variasi produk sebagai pembeda utama dari pesaing, menciptakan citra produk yang unik dan menarik.
- c) Kemudahan Konsumsi:
Memposisikan Basreng sebagai camilan praktis yang dapat dinikmati di mana saja, dengan kemasan yang sesuai untuk dibawa pulang atau dikonsumsi di tempat.
- d) Komitmen Lingkungan:
Jika relevan, bisa menekankan komitmen pada praktik bisnis yang ramah lingkungan untuk menarik segmen konsumen yang peduli pada isu-isu lingkungan.

Dengan strategi STP yang baik, perusahaan Basreng dapat lebih efektif menjangkau pasar yang tepat, memahami kebutuhan konsumen, dan membangun citra produk yang kuat di benak pelanggan.

1.5 Analisis SWOT

Strengths (Kekuatan):

1. Kualitas Produk:

Basreng berkualitas tinggi dengan rasa yang lezat dan tekstur yang menggoda dapat menjadi kekuatan utama perusahaan.

2. Inovasi Produk:

Kemampuan untuk terus mengembangkan varian produk baru dan inovatif dapat mempertahankan minat konsumen.

3. Pelayanan Pelanggan:

Fokus pada pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

4. Lokasi Strategis:

Penempatan gerai atau pusat produksi di lokasi yang strategis dapat meningkatkan keterjangkauan dan visibilitas produk.

5. Pemberdayaan Komunitas:

Keterlibatan dalam kegiatan sosial dan pemberdayaan komunitas dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menciptakan citra positif.

Weaknesses (Kelemahan):

1. Ketergantungan pada Bahan Baku:

Jika terdapat ketergantungan pada satu atau beberapa jenis bahan baku, fluktuasi harga atau ketersediaan dapat menjadi risiko.

2. Keterbatasan Keuangan:

Keuangan yang terbatas mungkin membatasi kemampuan untuk melakukan ekspansi atau investasi dalam promosi yang lebih besar.

3. Ketergantungan pada Tren:

Jika produk terlalu tergantung pada tren kuliner tertentu, perubahan tren bisa berdampak negatif pada permintaan.

4. Persaingan yang Ketat:

Industri kuliner seringkali bersifat kompetitif; kekuatan persaingan dapat menjadi tantangan.

Opportunities (Peluang):

1. Ekspansi Pasar:

Peluang untuk mengembangkan pasar melalui ekspansi geografis atau penetrasi pasar yang lebih dalam.

2. Kemitraan Strategis:

Kemungkinan untuk membentuk kemitraan dengan pihak ketiga, seperti restoran atau pengecer, untuk meningkatkan distribusi produk.

3. Peningkatan Kesadaran Merek:

Peluang untuk meningkatkan kesadaran merek melalui strategi pemasaran yang efektif, termasuk media sosial dan kolaborasi dengan influencer.

4. Diversifikasi Produk:

Potensi untuk diversifikasi produk dengan memperkenalkan varian lain atau produk pendukung.

5. Tren Makanan Sehat:

Mengikuti tren makanan sehat dengan menciptakan produk Basreng yang sesuai dengan preferensi konsumen yang peduli dengan kesehatan.

Threats (Ancaman):

1. Persaingan Tinggi:

Persaingan dalam industri makanan dapat menjadi ancaman, terutama jika ada banyak pemain dengan produk serupa.

2. Fluktuasi Harga Bahan Baku:

Perubahan harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas.

3. Perubahan Kebiasaan Konsumen:

Perubahan dalam kebiasaan konsumen atau tren makanan dapat mengubah permintaan terhadap produk Basreng.

4. Kondisi Ekonomi:

Ketidakstabilan ekonomi dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan mengurangi permintaan terhadap produk mewah atau premium.

5. Regulasi Pangan:

Perubahan regulasi pangan atau kebijakan kesehatan dapat mempengaruhi produksi dan pemasaran produk.

1.6 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

- **Produk (*Product*):**

- **Variasi Produk:**

- Menawarkan variasi Basreng dengan berbagai rasa, tekstur, atau bahan tambahan untuk memenuhi kebutuhan dan selera konsumen yang beragam.

- **Kualitas Premium:**

- Memastikan kualitas tinggi dalam setiap produk untuk menciptakan citra produk yang premium dan membedakan dari pesaing.

- **Pengemasan Menarik:**

- Desain kemasan yang menarik dan praktis, baik untuk dikonsumsi di tempat atau dibawa pulang, dengan menyertakan informasi jelas mengenai produk.

- **Harga (*Price*):**

- **Pricing Strategi:**

- Menentukan strategi harga yang bersaing, dengan mempertimbangkan biaya produksi, harga pesaing, dan nilai yang diakui oleh pelanggan. Yaitu dengan harga Rp8.000 untuk yang ukuran Large, Rp5.000 untuk yang Medium, relatif terjangkau untuk semua kalangan, sesuai dengan isi yang tersedia

- **Diskon dan Promosi:**

- Menggunakan diskon atau promosi khusus untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan penjualan pada waktu-waktu tertentu.

- **Paket Promo:**

- Menyediakan paket promo atau bundel untuk mendorong pembelian dalam jumlah lebih besar.

- **Tempat (*Place/Distribusi*):**

- **Lokasi Strategis:**
Memilih lokasi gerai atau tempat produksi yang strategis, seperti area yang sudah terkenal.
- **Distribusi Efisien:**
Menjaga rantai pasok yang efisien untuk memastikan produk dapat didistribusikan dengan cepat dan tepat waktu.
- **Kerjasama dengan Pihak Ketiga:**
Menjalin kerjasama dengan restoran, kafe, atau toko ritel untuk memperluas distribusi dan meningkatkan jangkauan produk.
- **Promosi (*Promotion*):**
 - **Media Sosial:**
Menggunakan platform media sosial untuk membangun kesadaran merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan produk secara kreatif.
 - **Program Loyalti:**
Menerapkan program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan memberikan insentif bagi pembelian berulang.
 - **Event dan Sponsorship:**
Mengikuti acara lokal atau mensponsori kegiatan di komunitas untuk meningkatkan visibilitas merek dan produk.
 - **Ulasan dan Testimoni:**
Mendorong ulasan positif dari pelanggan dan mendapatkan testimoni untuk digunakan dalam kampanye pemasaran.
- **People**

Berfokus pada konsumen muda hingga dewasa muda yang cenderung lebih terbuka terhadap variasi rasa dan jenis makanan.

- **Proses**
 - 1) Promosi, penulis akan mempromosikan produk Basreng Shor terlebih dahulu secara langsung, melalui media sosial dan market place (beberapa hari sebelum peluncuran produk).
 - 2) Penjualan, penulis akan menjual produk dari pagi hari mulai pukul 08.00 - 15.00 WIB atau sampai produk laku habis terjual.
 - 3) Promosi berulang dan open feedback, saat/setelah berjualan, penulis akan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, serta melakukan promosi lebih luas lagi.
- **Physical Evidence**
 - 1) Menggunakan packaging botol 250ml dan stiker logo yang menarik, sehingga menambah produk menjadi lebih berkualitas teruntuk basreng rumahan.
 - 2) Basreng dengan ukuran 250 ml.

BAB II

PERHITUNGAN ASPEK KEUANGAN

2.1 Biaya Bahan Pokok

a. Biaya Bahan Baku

NO.	Bahan Baku	Jumlah	Harga
•	Bakso Ikan	1 kg	Rp25.000
•	Gula Pasir	50 g	Rp700
•	Cabai Kering	25 g	Rp2.200
•	Bawang Putih	50 g	Rp550
•	Minyak Goreng	2 liter	Rp25.000
Total Bahan Baku			Rp53.450

b. Biaya bahan lain

NO.	Nama Bahan	UNIT	Harga Pokok	Jumlah
1.	Botol gede 50 ml	20	Rp800	Rp16.000
2.	Botol kecil 25 ml	20	Rp750	Rp15.000
3.	Stiker logo	20	Rp750	Rp20.000
Total Biaya Bahan Lain				Rp51.000

2.2 Perhitungan HPP (Harga Pokok Produksi)

Basreng Shorr			
No.	Material	Harga	Keterangan
1.	Biaya bahan baku	Rp53.450	
2.	Biaya bahan lain	Rp51.000	
TOTAL BIAYA		Rp104.450	<ul style="list-style-type: none">• 15 botol large• 5 botol medium
Biaya per pieces		<ul style="list-style-type: none">• Rp5.963• Rp3.001	<ul style="list-style-type: none">• 1 Large• 1 Medium

2.3 Perhitungan Harga Jual

- Harga pokok botol large Rp5.963

Maka, harga jual sebesar :

$$= \text{Harga pokok} + (\text{Harga pokok} \times \% \text{ Markup})$$

$$= \text{Rp}5.963 + (5.963 \times 25\%)$$

$$= \text{Rp}5.963 + \text{Rp}1.491$$

$$= \text{Rp}7.454 \text{ \{dibulatkan menjadi\} } = \text{Rp}8.000$$

- Harga pokok botol medium Rp3.001

Maka, harga jual sebesar :

$$= \text{Harga pokok} + (\text{Harga pokok} \times \% \text{ Markup})$$

$$= 3.001 + (3.001 \times 25\%)$$

$$= \text{Rp}3.001 + \text{Rp}751$$

$$= \text{Rp}3.752 \text{ \{dibulatkan menjadi\} } = \text{Rp}5.000$$

2.4 Proyeksi Laporan Keuangan

No.	Nama Produk	Harga Pokok Produk			Harga Penjualan		Keuntungan Kotor (Rp)
		Qty	HPS (Rp)	Total Modal (Rp)	HJS (Rp)	Total Penjualan (Rp)	
1.	Basreng Shorr	<ul style="list-style-type: none"> 15pcs large 5pcs medium 	<ul style="list-style-type: none"> 5.963 3.001 	104.450	<ul style="list-style-type: none"> 8.000 5.000 	145.000	40.550

Biaya Operasional		
Biaya Produksi	1 Tabung	Rp20.000
TOTAL BIAYA OPERASIONAL		Rp20.000

Keuntungan Bersih:

= Keuntungan Kotor - Biaya Operasional

= Rp40.550 – Rp20.000

= Rp 20.550

2.5 BEP (Break Event Point)

No.	Nama Produk	Formula Dasar	Formula hitungan	Titik impaas
1.	Basreng Shorr	Total Biaya	Rp104.450	<ul style="list-style-type: none"> 10 botol large 5 botol medium
		Harga jual per pieces	<ul style="list-style-type: none"> Rp8.000/botol large Rp5.000/botol medium 	

Jadi, produk yang harus dijual untuk mendapatkan balik modal adalah 16 *cup*.

2.6 Laporan Laba Rugi

Keterangan	Biaya	Total
	Total Penjualan	Rp145.000
	Total Pokok Penjualan	Rp104.450
Keuntungan Kotor		Rp40.550
Biaya Operasional		
Biaya Produksi	Rp20.000/tabung	Rp20.000
Total Biaya Operasional		Rp20.000
Keuntungan Bersih		Rp20.550

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Proposal ini menyoroti potensi besar pasar untuk Basreng sebagai produk camilan yang lezat dan populer. Dengan keunggulan produk yang terjamin kualitasnya, serta strategi pemasaran yang cerdas dan efektif, kami yakin Basreng memiliki peluang yang sangat baik untuk meraih kesuksesan di pasar makanan ringan.

Dengan fokus pada segmentasi pasar yang tepat, penetapan harga yang bersaing, promosi yang kreatif, dan strategi distribusi yang efisien, kami optimis bahwa Basreng dapat menarik minat konsumen secara luas. Proyeksi keuangan kami menunjukkan potensi keuntungan yang menjanjikan, dengan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Kami juga telah mengidentifikasi beberapa risiko yang mungkin terjadi dalam menjalankan bisnis ini, namun kami telah menyusun strategi mitigasi yang efektif untuk menghadapinya. Dengan komitmen kami untuk kualitas produk, layanan pelanggan yang unggul, dan inovasi berkelanjutan, kami yakin Basreng akan menjadi pilihan utama konsumen dalam industri makanan ringan.

Kami berharap para pemangku kepentingan melihat proposal ini sebagai langkah awal yang kuat menuju kesuksesan bersama dalam memperkenalkan Basreng ke pasar yang semakin berkembang ini. Terima kasih atas perhatian dan dukungannya.

3.2 Saran

Dalam menjadi seorang wirausahawan yang baik, penulis sadar bahwa usaha ini tidak akan langsung berkembang pesat tapi penulis akan terus berjuang untuk terus berusaha dan mengembangkan usaha ini. Ada Beberapa hal yang akan penulis lakukan yaitu :

1. **Penelitian Pasar yang Mendalam:** Pastikan untuk melakukan penelitian pasar yang menyeluruh untuk memahami tren konsumsi, preferensi

pelanggan, dan kompetisi di pasar makanan ringan. Data yang kuat akan menjadi dasar yang baik untuk strategi pemasaran dan penetapan harga.

2. **Fokus pada Diferensiasi Produk:** Pastikan Basreng Anda memiliki keunggulan yang membedakannya dari produk serupa di pasaran. Ini bisa berupa rasa yang unik, kualitas bahan baku yang superior, atau inovasi dalam proses pembuatan.
3. **Strategi Pemasaran yang Terintegrasi:** Buatlah strategi pemasaran yang terintegrasi yang mencakup promosi offline dan online. Manfaatkan media sosial, iklan digital, serta promosi langsung di lokasi-lokasi strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap Basreng Anda.
4. **Kemitraan dengan Pengecer dan Distributor:** Jalin kemitraan dengan toko-toko kelontong, warung, atau distributor besar untuk memastikan ketersediaan Basreng Anda di tempat-tempat yang strategis. Bekerja sama dengan pihak-pihak ini akan membantu memperluas jangkauan dan penetrasi pasar Anda.
5. **Perhatikan Umpan Balik Pelanggan:** Dengarkan umpan balik dari pelanggan secara aktif dan terbuka. Gunakan informasi ini untuk terus meningkatkan kualitas produk, layanan pelanggan, dan strategi pemasaran Anda.
6. **Fleksibilitas dalam Strategi:** Bersikaplah fleksibel dalam merancang dan menyesuaikan strategi Anda sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Kehadiran yang responsif dan adaptif akan membantu Anda tetap kompetitif di pasar yang dinamis.
7. **Pantau Kinerja dan Evaluasi Secara Berkala:** Tetap pantau kinerja penjualan, biaya, dan keuntungan secara berkala. Lakukan evaluasi rutin terhadap strategi Anda dan siap untuk melakukan penyesuaian jika diperlukan untuk meningkatkan hasil.

Dengan mengikuti saran-saran ini dan terus berkomunikasi dengan tim Anda serta melibatkan para pemangku kepentingan, Anda dapat meningkatkan peluang kesuksesan untuk proposal penjualan Basreng Anda.