

ABSTRAK

Perkembangan tren kuliner saat ini mendorong terciptanya inovasi kuliner dengan menggabungkan unsur dari berbagai budaya. Salah satu contoh inovasi kuliner tersebut adalah perpaduan antara sushi, makanan khas Jepang, dengan sambal matah dan pepes ikan pindang, yang memiliki cita rasa khas Bali. Proyek ini bertujuan untuk menghasilkan produk sushi sambal matah dan pepes ikan pindang serta merancang strategi pemasaran yang efektif untuk produk tersebut. Metode yang digunakan dalam proyek ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, kuesioner, dan demonstrasi. Proyek ini terdiri dari pembuatan produk, pengenalan produk pada event kuliner, pengumpulan umpan balik dari pengunjung, dan evaluasi. Strategi pemasaran dilakukan dengan pendekatan fusion food yang menggabungkan unsur kuliner Jepang dengan rasa tradisional Bali. Strategi ini melibatkan penggunaan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence). Produk disajikan dengan kualitas bahan terbaik dan harga yang terjangkau untuk menarik berbagai segmen pasar. Tempat penjualan dipilih di lokasi strategis dengan suasana nyaman untuk memberikan pengalaman kuliner yang menyenangkan. Promosi dilakukan melalui media sosial dengan akun @sushi_samapeda29 dan event kuliner untuk meningkatkan kesadaran merek. Staf yang ramah dan layanan yang efisien serta bukti fisik yang menarik seperti kemasan yang kreatif juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Hasil proyek menunjukkan bahwa sushi sambal matah dan pepes ikan pindang berhasil menarik minat konsumen, dengan umpan balik positif terhadap rasa dan kualitas produk. Implementasi strategi pemasaran yang tepat berkontribusi pada peningkatan kesadaran merek dan penerimaan pasar. Kesimpulannya, penggabungan rasa tradisional Bali dengan konsep sushi modern menawarkan potensi besar dalam pasar kuliner.

Kata kunci: sushi, sambal matah, pepes ikan pindang, strategi pemasaran

ABSTRACT

The development of current culinary trends encourages the creation of culinary innovations by combining elements from various cultures. One example of this culinary innovation is the combination of sushi, a typical Japanese food, with sambal matah and pindang fish pepes, which has a typical Balinese taste. This project aims to produce sushi products with sambal matah and pindang fish pepes and to design an effective marketing strategy for these products. The method used in this project is a qualitative descriptive approach, with data collection techniques through observation, documentation, questionnaires and compression. This project consists of product creation, product introduction at culinary events, collecting feedback from visitors, and evaluation. The marketing strategy is carried out with a fusion food approach which combines Japanese culinary elements with traditional Balinese flavors. This strategy involves the use of the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence). Products are presented with the best quality materials and affordable prices to attract various market segments. The sales place is chosen in a strategic location with a comfortable atmosphere to provide a pleasant culinary experience. Promotion is carried out through social media with the account @sushi_samapeda29 and culinary events to increase brand. Friendly staff and efficient service as well as attractive physical evidence such as creative packaging are also an important part of this strategy. The project results show that the sambal matah and pepes ikan pindang sushi succeeded in attracting consumer interest, with positive feedback on the taste and quality of the product. Implementation of appropriate marketing strategies contributes to increased brand awareness and market acceptance. In conclusion, combining traditional Balinese flavors with modern sushi concepts offers great potential in the culinary market.

Keywords: sushi, sambal matah, pepes pindang fish, marketing strategy