

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan segala limpah atas berkat serta rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul Rencana Pemasaran Rumah Makan **Mbak Bolek** Cabang Jakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Strata 1 Universitas Pelita Harapan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, saya telah berusaha dengan segenap kemampuan yang ada, baik dari segi penyajian, penyusunan, hingga dalam melakukan evaluasi. Namun saya menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan, baik dari segi susunan kalimat hingga tata Bahasa.


Saya juga menyadari bahwa tugas akhir ini tidak mungkin selesai tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Prof. Gracia S. Ugut, Ph.D., selaku Dekan dari Fakultas Business School di Universitas Pelita Harapan
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan
3. Ibu Chrisanty V. Layman, B. A, MSc., selaku Dosen Pembimbing di Universitas Pelita Harapan

4. Orang tua serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa kepada saya selama ini.
5. Teman-teman dan rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan tugas akhir ini.

Saya selaku penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi positif untuk pengembangan wawasan bagi pembacanya.

Tangerang, 4 Desember 2020


BRYAN
(Penulis)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	1
BAB I	4
RINGKASAN EKSEKUTIF	4
BAB II	6
VISI, MISI, DAN STRATEGI OBJEKTIF	6
2.1 Visi Mbak Bolek	6
2.2 Misi Mbak Bolek	6
2.3 Strategi Objektif	9
2.3.1 Strategi Operasional Mbak Bolek Jakarta	9
2.3.2 Strategi Bersaing	9
2.3.3 Hubungan Pemasaran	9
2.3.4 Strategi Aliansi	9
BAB III	10
INISIATIF UTAMA UNTUK MENCAPAI TUJUAN STRATEGIS	10
3.1 Strategi operasional Cabang Mbak Bolek Jakarta	10
3.2 Strategi Bersaing	12
3.3 Pemasaran Hubungan	13
3.4 Strategi Aliansi	14
BAB IV	15
PETA STRATEGI MBAK BOLEK MEDAN	15
Bab V	20
ANALISIS SWOT	20
Bab VI	24
Bisnis Model Canvas dan Porter Five Force	24
6.1 Bisnis Model Canvas	24
6.2 Porter 5 Force	30
BAB VII	33
ANALISA PESAING	33
7.1 Pesaing Langsung	33

7.2 Pesaing Tidak Langsung	35
BAB VIII	36
Strategi Map Mbak Bolek Jakarta	36
BAB IX	40
Dasbor Strategi	40
9.1 Manage the progress	40
9.2 Dashboard to track	43
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	54



DAFTAR TABEL

TABEL 4. 1 Peta Strategi Mbak Bolek Medan	15
Table 5. 1 Matriks Strategi Menghadapi SWOT	23
Tabel 6. 1 Bisnis Model Canvas	24
Tabel 7. 1 Analisa Pesaing	34
Tabel 8. 1 Peta Strategi Mbak Bolek Jakarta.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: contoh Hidangan Mbak Bolek	54
---	----

