

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rumah Makan **Mbak Bolek** adalah rumah makan yang menyediakan aneka masakan makanan laut yang memiliki harga yang terjangkau, target dari **Mbak Bolek** sendiri adalah mahasiswa atau pelajar sampai karyawan kantoran. **Mbak Bolek** pertama kali akan membuka cabang di Jakarta yang berada di sekitaran Kelapa Gading, alasan utama mengekspansi di daerah Kelapa Gading karena rumah makan masakan laut dengan harga terjangkau yang masih minim di daerah tersebut, sehingga sangatlah ideal bagi **Mbak Bolek** untuk berekspansi di daerah tersebut.

Mbak Bolek memiliki daya tarik sendiri dibandingkan dengan rumah makan lainnya karena menu makanan yang ditawarkan oleh **Mbak Bolek** memiliki harga yang terjangkau dan tentu saja memiliki kualitas yang dapat dirasakan kesegaran dari hidangan laut tersebut. Daya tarik tersebutlah yang membuat **Mbak Bolek** dapat bertahan sampai sekarang yang sejak 2001 merupakan tahun pertama **Mbak Bolek** beroperasi.

Bryan akan mengisi posisi tim sekaligus perencanaan strategi pembukaan rumah makan **Mbak Bolek** cabang Jakarta, **Bryan** dipercayakan dalam perencanaan strategi untuk cabang **Mbak Bolek** karena sejak umur 12 tahun di tahun 2012 telah terjun ke lapangan pada saat jam operasional **Mbak Bolek**

berlangsung untuk membantu melayani pelanggan **Mbak Bolek** dan membantu orang tuanya yaitu pemilik dari **Mbak Bolek** mengawasi karyawan-karyawan agar bertindak sesuai dengan keinginan dari **Mbak Bolek**, sehingga mengetahui kekurangan dan kelebihan apa saja yang ada di **Mbak Bolek** tersebut dan apa saja yang dibutuhkan **Mbak Bolek** agar bisa berkembang dan mewujudkan visi dan misi **Mbak Bolek**.

Beberapa perencanaan strategi yang akan dilakukan adalah strategi operasional **Mbak Bolek**, strategi bersaing, hubungan pemasaran, strategi aliansi. Strategi operasional **Mbak Bolek** adalah strategi yang berisi *Bundling*, Membangun Loyalitas Pelanggan, Menawarkan Keaneka Ragam Keunikan, Citra Merek (*Branding*). Strategi Bersaing adalah strategi yang berisi tentang memanfaatkan media sosial dan melakukan promosi secara agresif untuk dapat meningkatkan jumlah pelanggan agar dapat bersaing dengan kompetitor. Hubungan Pemasaran yang berisis tentang Penghargaan Loyalitas Pelanggan, Manfaat Finansial Pelanggan, Manfaat Sosial Pelanggan, Kontak Pelanggan yang bertujuan untuk mendapatkan terjalinnya hubungan yang baik dengan pelanggan **Mbak Bolek**. Strategi Aliansi yang bertujuan untuk melakukan hubungan baik dengan rantai pasokan yang berguna untuk menyediakan produk yang dibutuhkan **Mbak Bolek** sebagai prioritas utama, dan Investor **Mbak Bolek** agar menghindari kejadian-kejadian yang tidak diinginkan.