

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, 20 November 2020

(Penulis)

DAFTAR LAMPIRAN

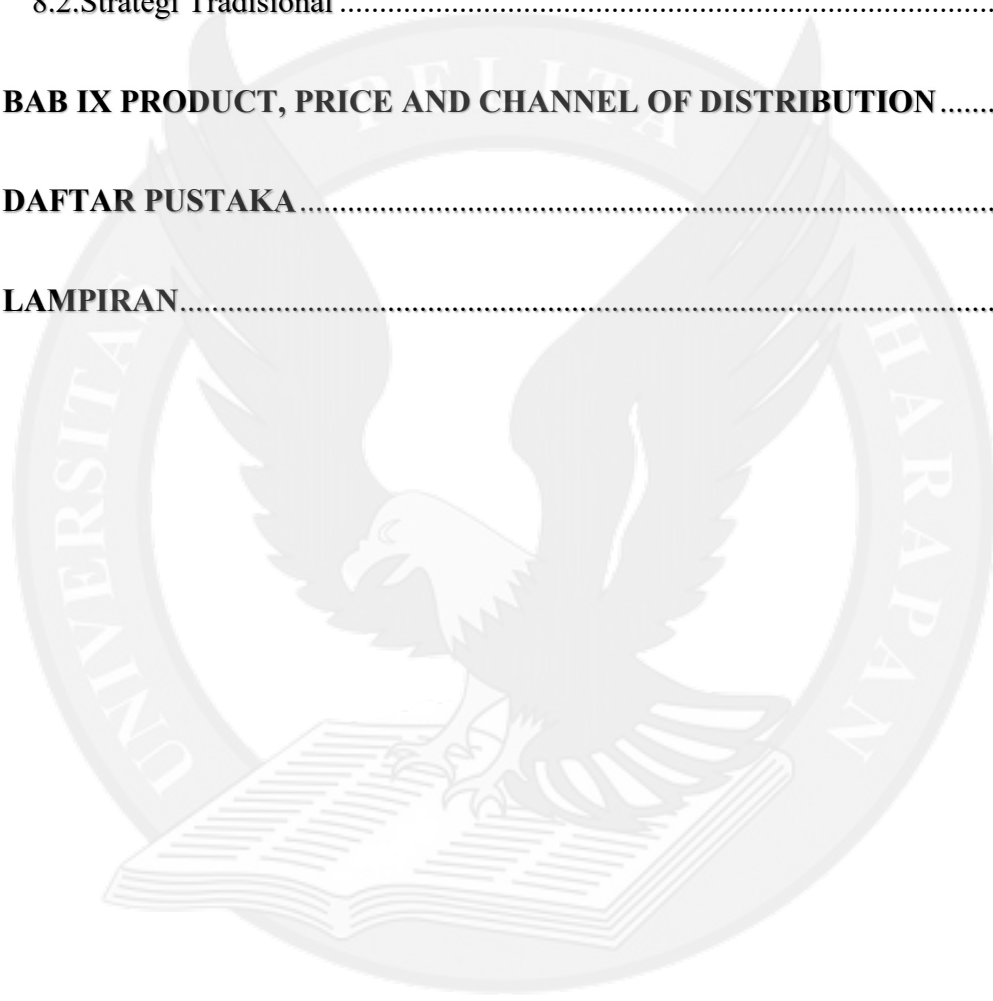
	Halaman
Lampiran 1 : Survey Rumah Makan <i>Seafood</i> di Jakarta.....	52
Lampiran 2 : Contoh Hidangan Mbak Bolek	57
Lampiran 3 : Menu Rumah Makan Mbak Bolek	59



DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
BAB II ANALISIS PASAR	3
2.1 Pendahuluan	3
2.2 Deskripsi Perusahaan	4
2.3 Visi dan Misi Perusahaan	4
2.3.1 Visi	4
2.3.2 Misi	4
2.4 Segmentasi Pasar	6
2.5 Target Pasar	8
2.6 Perilaku Konsumen	10
BAB III ANALISA PESAING	17
3.1 Pesaing Langsung	17
3.2 Pesaing Tidak Langsung	20
BAB IV ANALISIS PENJUALAN	21
BAB V ANALISIS SWOT	26
BAB VI STRATEGI PEMASARAN OBJEKTIF	29
6.1 <i>Positioning</i>	29
6.2 Proses Strategi Marketing Secara Umum	32
6.2.3 Menarik Jumlah Pengunjung	35
6.2.4 Memperluas Jalur Distribusi Mbak Bolek	38
6.3 <i>Competitive Positioning</i>	39

BAB VII TIM PEMASARAN DAN <i>BUDGET</i>	41
7.1 Tim Pemasaran.....	41
7.2 <i>Budget</i>	42
BAB VIII DIGITAL AND TRADITIONAL MARKETING LEVERS TO REACH STRATEGY OBJECTIVES	44
8.1 Strategi Digital	44
8.2.Strategi Tradisional	46
BAB IX PRODUCT, PRICE AND CHANNEL OF DISTRIBUTION	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 6. 1. Positioning Mbak Bolek.....	29
------------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Profesi Responden	11
Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden.....	11
Tabel 2. 3 Pendapatan Responden	11
Tabel 2. 4 Frekuensi Konsumen Mengonsumsi Makanan Seafood Setiap Bulan	11
Tabel 2. 5 Sumber Informasi Akan Rumah Makan Seafood	11
Tabel 2. 6 Penilaian Kepentingan Aspek Rasa Hidangan	12
Tabel 2. 7 Penilaian Kepentingan Aspek Varian Menu.....	12
Tabel 2. 8 Penilaian Kepentingan Aspek Kualitas Bahan Baku	13
Tabel 2. 9 Penilaian Kepentingan Aspek Kebersihan Rumah Makan	13
Tabel 2. 10 Penilaian Kepentingan Aspek Pelayanan.....	13
Tabel 2. 11 Penilaian Kepentingan Aspek Nuansa Rumah Makan	13
Tabel 2. 12 Penilaian Kepentingan Aspek Harga yang Terjangkau	13
Tabel 2. 13 Penilaian Kepentingan Aspek Ketersediaan Metode Pembayaran <i>Cashless</i>	14
Tabel 2. 14 Penilaian Kepentingan Aspek Ketersediaan Layanan Pesan Antar	14
Tabel 2. 15 Rumah Makan Seafood Langgan Konsumen.....	15
Table 3. 1 Perbandingan Kompetitor Langsung.....	18
Tabel 4. 1 Data Pendapatan Penjualan Mbak Bolek di Medan.....	21
Tabel 4. 2 Permisalan X dan Y	22
Tabel 4. 3 Prediksi Pendapatan Bersih	23
Tabel 6. 1 Poin Pemilaian Rumah Makan Seafood.....	30
Tabel 6. 2 Strategi Pemasaran Mbak Bolek	32
Tabel 7. 1 Biaya Pemasaran Mbak Bolek Maret - Juni 2021.....	43