

BAB I

RINGKASAN EKSEKUTIF

Rumah makan **Mbak Bolek** merupakan rumah makan yang menyajikan hidangan laut dengan harga yang terjangkau. Rumah makan **Mbak Bolek** menetapkan fokus pasarnya adalah mahasiswa dan karyawan kantor. Hal ini menjadikan lokasi pembukaan cabang rumah makan **Mbak Bolek** yang pertama berada di area Kelapa Gading. Pada lokasi Kelapa Gading masih sangat sedikit rumah makan yang menyediakan hidangan laut dengan harga terjangkau, sehingga pembukaan cabang rumah makan **Mbak Bolek** di Kelapa Gading sangat ideal.

Mbak Bolek memiliki beberapa pesaing dalam bisnis kuliner makanan laut atau *seafood* di Jakarta. Beberapa contoh diantaranya adalah rumah makan *D'cost*, *Wiro Sableng*, *Bola Seafood Acui*, *Bandar Djakarta*, dan *Seafood Mulyono 94*. Beberapa contoh yang disebutkan diatas merupakan contoh pesaing langsung **Mbak Bolek** yang menjual hidangan *seafood* atau makanan laut yang disajikan dengan bumbu khas Nusantara.

Salah satu kekuatan yang dimiliki oleh rumah makan **Mbak Bolek** adalah memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan rumah makan lainnya karena mampu menyajikan menu makanan dengan harga yang terjangkau dan dengan kualitas yang dapat dirasakan kesegaran dari hidangan laut tersebut. Selain itu, rumah makan **Mbak Bolek** yang sudah menjalankan operasional selama 19 tahun di Medan sudah membangun rasa kepercayaan dengan konsumen.

Pada gambar *perceptual map*, kompetitor rumah makan *seafood* cenderung berada pada posisi pemetaan sebelah kanan yang berarti memiliki kisaran harga yang kurang terjangkau. Oleh karena itu, pembukaan cabang rumah makan **Mbak Bolek** di Jakarta tepatnya di kawasan Kelapa Gading akan memiliki peluang pasar yang tinggi terutama pada target konsumen seperti karyawan dan mahasiswa.

Felico Marcelino Gunawan akan mengisi posisi tim sekaligus penanggung jawab pemasaran rumah makan **Mbak Bolek**. **Felico** diyakini memiliki kemampuan yang dibutuhkan sebagai seorang *marketing* yang baik. Hal ini dikarenakan latar belakang **Felico** memiliki minat serta antusiasme yang tinggi dalam mengelola pemasaran bisnis secara mendetail. Selain itu, **Felico** juga memiliki pengalaman dalam pengelolaan pemasaran dalam bisnis yang dijalankan oleh keluarga sejak usia belia sehingga sangat berkompeten dalam mengembangkan pemasaran rumah makan **Mbak Bolek**.

Beberapa strategi pemasaran yang akan dilakukan rumah makan **Mbak Bolek** dibagi menjadi dua jenis strategi. Strategi pemasaran tersebut adalah strategi secara digital yang mana meliputi pemasaran melalui media sosial, kerja sama dengan *influencer*, hingga melakukan kerja sama sebagai mitra usaha untuk aplikasi *Gofood* dan *Grabfood*. Selain pemasaran secara digital, rumah makan **Mbak Bolek** juga akan melakukan pemasaran secara tradisional seperti melakukan pemasaran secara langsung dengan membagikan brosur hingga memasang *banner*.