

Perencanaan pemasaran restoran vegetarian berkapasitas sedang : studi kasus loving hut express Binus = Marketing plan of a medium size vegetarian restaurant a : case study of loving hut express Binus / Hadantha Pratama Sunarto

Hadantha Pratama Sunarto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20350140&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Berkembangnya gaya hidup vegetarian secara global termasuk di Indonesia membuka peluang bagi munculnya restoran-restoran baru yang khusus menawarkan menu vegan ataupun vegetarian. Namun, seperti usaha kecil dan menengah umumnya, restoran seperti ini belum memiliki perencanaan bisnis yang matang. Dalam industri jasa, pemasaran adalah aspek yang sangat penting dan hal inipun belum menjadi perhatian mereka. Tesis ini berusaha memecahkan permasalahan tersebut dengan mengambil studi kasus Loving Hut Express Binus (LHEB), sebuah restoran vegetarian berkapasitas menengah yang terletak di area Universitas Bina Nusantara. Metodologi penelitian yang dipakai berdasarkan perencanaan pemasaran strategis yang dikemukakan oleh Malcolm McDonald. Proses perencanaan dimulai dari penentuan tujuan perusahaan sampai penyusunan taktik pemasaran termasuk audit pemasaran. Hasil dari perencanaan ini adalah rencana pemasaran LHEB dan berdasarkan audit pemasaran, kelima elemen Porter's 5 Forces, kecuali kekuatan penyuplai, memiliki pengaruh yang kuat. Turut ditemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan utama.

ABSTRACT

The thriving of vegetarian lifestyle globally including Indonesia has opened the opportunity of the emerging of new restaurants that specialize in vegetarian or vegan menu. However, similar to other typical small medium enterprises, usually this kind of establishments have not had a reliable business plan. Marketing, which has a very important role in service industry, has not also been their main concern. This thesis tries to provide solution to that matter by taking a case study of Loving Hut Express Binus (LHEB), a medium-sized vegetarian restaurant which located in Bina Nusantara University area. The methodology is based on Malcolm McDonald's strategic marketing planning for services. The planning process starts from corporate objectives determination until marketing tactics development and also includes marketing audit. The result of this planning process is a marketing plan of LHEB while the marketing audit shows that all 5 forces elements, except supplier power, are strong. It is also found out that price and service quality are key success factors.