

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kambing Bakar Cairo Sambas merupakan sebuah usaha waralaba yang bergerak di bidang makanan dan minuman, waralaba restoran yang dibuka oleh Bapak Ronny pada tahun 2011. Restoran Kambing Bakar Cairo Sambas ini berawal mula dari kota Bandung dan hingga saat ini sudah memiliki tiga (3) cabang di Bandung dan dua (2) di Jakarta. Untuk Jakarta terdapat di Sambas dan Senopati. Terdapat tiga (3) keunikan yang membedakan restoran Kambing Bakar Cairo Sambas dengan restoran kambing lainnya. Yang pertama merupakan hidangan yang disediakan oleh Cairo Sambas ini tidak bau sama sekali seperti makanan kambing pada umumnya yang amis. Kedua daging kambing yang ditawarkan juga tidak alot dan bisa seempuk daging sapi. Ketiga daging kambing Cairo Sambas ini terbukti memiliki rendah kolesterol karena menggunakan kambing muda yang biasa baru berusia 3 bulan.

Pada kegiatan *project improvement plan* ini, tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan pengumpulan informasi mengenai Kambing Bakar Cairo Sambas yang dilakukan menggunakan teknik identifikasi masalah seperti wawancara terhadap pihak internal Cairo Sambas, kuesioner terhadap pihak eksternal masyarakat Jakarta dan pengumpulan data sekunder dari pihak internal seperti laporan keuangan dan kertas saran. Setelah melaksanakan pengumpulan informasi menggunakan teknik-teknik yang disebutkan, informasi dan data pun digunakan untuk analisis dalam mengidentifikasi masalah. Hasil dari identifikasi masalah yang diangkat adalah **“Brand awareness yang rendah terhadap Restoran Kambing Bakar Cairo Sambas dalam kalangan Gen Z (18 - 22 tahun).”** Dalam upaya menyelesaikan permasalahan tersebut, penulis menggunakan beberapa pendekatan konseptual dalam penyusunan alternatif solusi yang nantinya dapat membantu mengeliminasi akar penyebab yang teridentifikasi. Beberapa pendekatan

konseptual yang digunakan adalah *marketing communication mix*, *digital marketing* dan *brand awareness pyramid*.





EXECUTIVE SUMMARY

Kambing Bakar Cairo Sambas is a franchise business which operates in the food and beverage field, a restaurant franchise that was opened by Mr. Ronny in 2011. Kambing Bakar Cairo Sambas restaurant originated from the city of Bandung and as of now has had three branches in Bandung and two in Jakarta, For Jakarta, they are located in Sambas and Senopati. There are three uniquenesses that distinguish Kambing Bakar Cairo Sambas from other restaurants that serve lamb dishes. The first is that the lamb dishes provided by Cairo Sambas do not smell at all like lamb dishes in general. The second is that the texture of the lamb is very soft and can be as soft as beef. Last but not least, the lambs from Cairo Sambas are proven to have low cholesterols because they are using baby goats, which are usually only 3 months old.

*In this project improvement plan activity, the first stage is to collect information regarding Kambing Bakar Cairo Sambas in which was carried out using several problem identification tools such as interviews with internal parties of Cairo Sambas, questionnaires on external parties of the Jakarta community and collection of secondary data from internal parties such as financial reports and suggestion paper. After collecting information using the techniques mentioned, information and datas are used for analysis in identifying the problems. The problem that is chosen to be discussed in this report is **“Low brand awareness of Kambing Bakar Cairo Sambas Restaurant in the range of young age (18-22 years)”** In effort to resolve the identified problem, the author uses several conceptual approaches in the preparation of alternative solutions that can later help eliminate the identified root cause. Some conceptual approaches used are marketing communication mix, digital marketing and brand awareness pyramid.*

