

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Dalam era globalisasi saat ini, makanan merupakan sebuah kebutuhan pokok yang sangat utama bagi seluruh kalangan manusia. Jenis makanan pun sudah sangat beragam khususnya di Indonesia itu sendiri. Ditambah lagi dengan pengaruh globalisasi, makanan yang berasal dari kultur luar negeri pun bisa masuk ke dalam Indonesia, dan bisa menjadi salah satu minat atau favorit bagi masyarakat Indonesia.

Burgerbar Jakarta adalah salah satu restoran lokal yang menjual makanan dengan menu utama burger. Burgerbar sendiri berada dalam manajemen dari PT Broadway Group Jakarta, yang selain dari Burgerbar Jakarta, terdapat Ms. Jackson Bar dan Lei Lo restaurant yang juga ditangani oleh PT Broadway Group Jakarta. PT Broadway Group Jakarta sendiri sudah berdiri sejak 2010 sebagai *Event Organizer*. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2016, PT Broadway Group Jakarta melakukan ekspansi pasar, dan membuat Broadway menjadi sebuah perusahaan, dimana sebelumnya Broadway merupakan sebuah *event organizer*. Pada tahun 2018, muncul Ms. Jackson Bar dan Lei Lo Restaurant sebagai *core business* yang dihadirkan PT Broadway Group Jakarta dalam bidang *food and beverages*. Pada tahun 2019, barulah hadir Burgerbar Jakarta sebagai outlet bisnis yang ketiga dari PT Broadway Group Jakarta. Sebagai bisnis dalam kategori *startup*, Burgerbar tentu memiliki dan menemukan berbagai macam permasalahan yang tentunya permasalahan tersebut harus diselesaikan, demi tercapainya target yang diinginkan oleh Burgerbar Jakarta. Salah satu permasalahan yang kami temui adalah tingkat *brand awareness* yang masih dikategorikan rendah pada segmen utama mereka, yaitu kalangan *millennial* di Jakarta.

Tujuan kami untuk meningkatkan *brand awareness* dari Burgerbar Jakarta adalah, agar Burgerbar Jakarta mampu bersaing dengan para kompetitor nya di target pasarnya. Serta, dengan tingkat *brand awareness* yang tinggi, tentu akan memberikan kemudahan bagi Burgerbar Jakarta dalam melakukan dan merencanakan *marketing activities* apa yang bisa dilakukan dengan tepat dan benar, agar Burgerbar Jakarta bisa lebih maju dan berkembang lagi.



## EXECUTIVE SUMMARY

In the current era of globalization, food is a very basic necessity for all people. The types of food are very diverse especially in Indonesia itself. Coupled with the influence of globalization, food from foreign cultures can enter Indonesia, and can become one of the interests or favorites of the Indonesian people.

Burgerbar Jakarta is one of the local restaurants selling food with the main menu of burgers. Burgerbar itself is under the management of PT Broadway Group Jakarta, which aside from Burgerbar Jakarta, there is Ms. Jackson Bar and Lei Lo restaurant are also handled by PT Broadway Group Jakarta. PT Broadway Group Jakarta itself has been established since 2010 as an Event Organizer. Over time, in 2016, PT Broadway Group Jakarta expanded its market, and made Broadway into a company, where previously Broadway was an event organizer. In 2018, Ms. Jackson Bar and Lei Lo Restaurant as the core business presented by PT Broadway Group Jakarta in the field of food and beverages. In 2019, Burgerbar Jakarta will be present as the third business outlet of PT Broadway Group Jakarta. As a business in the start up category, Burgerbar certainly has and found various kinds of problems which of course these problems must be resolved, in order to achieve the target desired by Burgerbar Jakarta. One of the problems we encountered was the level of brand awareness that was still categorized as low in their main segment, namely millennials in Jakarta.

Our aim to increase brand awareness of Burgerbar Jakarta is, so that Burgerbar Jakarta is able to compete with its competitors in its target market. Also, with a high level of brand awareness, it will certainly make it easy for Burgerbar Jakarta to do and plan what marketing activities can do properly and correctly, so that Burgerbar Jakarta can be more advanced and developed.

