

RINGKASAN EKSEKUTIF

Sebuah hotel bintang 5 The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan memiliki restoran *fine dining* yang dikelola sendiri oleh perusahaan. Lobo, restoran *fine dining* yang memiliki target market berstatus ekonomi sosial A menyita perhatian pihak perusahaan. Lobo terlihat tidak memiliki prestasi yang baik dan sesuai yang diharapkan oleh perusahaan dikarenakan memiliki pemasukan yang tidak sesuai dengan target awal selama 3 tahun berturut turut. Penulis melakukan pendekatan kualitatif untuk mencari permasalahan dari gejala permasalahan penjualan tidak mencapai target. Dengan melakukan wawancara kepada konsumen dan target konsumen dan observasi dengan kompetitor, penulis mendapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi gejala permasalahan yang ada. Setelah dikaji dengan pendekatan literatur dan konsep, dilakukan diskusi kualitatif dengan pihak perusahaan dan terpilih satu akar permasalahan, yaitu diferensiasi.

Penulis menemukan bahwa Lobo belum memiliki diferensiasi yang kuat yang dapat dirasakan oleh calon konsumen dan konsumen, sehingga calon konsumen tidak memiliki alasan untuk mengunjungi restoran tersebut. Dengan memiliki diferensiasi terutama dalam spesialisasi makanan dan *experience*, sesuai dari hasil pendekatan kuantitatif solusi, dipercaya diferensiasi tersebut dapat mempengaruhi penjualan. Dengan memiliki diferensiasi secara fokus dapat membuat calon konsumen memiliki alasan untuk datang. Jika konsumen merasa puas ia akan menjadi loyal konsumen dan hal tersebut dapat meningkatkan penjualan.

EXECUTIVE SUMMARY

The Ritz-Carlton Jakarta, Mega Kuningan has a fine dining restaurant managed by their own company called Lobo. Their main target market are the A-Class economic status. According to the data, Lobo never overwhelmed the target revenue in 3 consecutive years. To find the problem of symptoms problems, researchers using a qualitative methods by interviewing customer and potential customer of Lobo and observe the competitors. Researchers found several factors that cause the problem. After researchers examines the literature review and conceptual theory, there's a qualitative discussion with the company and the result for the root cause is points of difference. Researchers found that Lobo does not have any point of difference that strong enough that can be perceived by the consumers, so that potential target did not have any reason to visit the restaurant.

Writer do a qualitative approach to find the problem of symptoms problems sales did not reach the target. By interviewing to consumers and target audience and observation with competitors, researchers get several factors that affecting a symptom the existing problems. After examined by approach literature and the concept, researchers did a qualitative discussion with the company and the elected one for the root of the problem is differentiation. Based on the quantitative approach solution, by having point of difference especially in specialization food and experience will be affected the sales, furthermore the potential consumers have an additional reason to visit Lobo. Which means the value added will increase the customer satisfaction and leads to customer loyalty.