

RINGKASAN EKSEKUTIF

Laporan tugas akhir *Project Case Improvement* ini berisikan tentang keseluruhan proyek pengembangan yang penulis lakukan di Restoran Pawon Pasundan, dimulai dari tahapan identifikasi masalah, menganalisa akar permasalahan, penjabaran alternatif solusi, mengajukan solusi terbaik, dan kesimpulan serta saran untuk kegiatan pemasaran perusahaan. Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis juga terlibat langsung dalam proses pencarian data, juga pencarian dan perancangan alternatif solusi dari masalah yang ditemukan, melalui kegiatan magang selama tiga bulan di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan data perusahaan, masalah yang muncul ke permukaan adalah rendahnya jumlah peningkatan pengunjung restoran Pawon Pasundan dibandingkan dengan tingkat pertumbuhan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali. Bahkan Pada tahun 2013 jumlah tamu Pawon Pasundan menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Permasalahan ini berakar dari beberapa pilar perusahaan, yakni pemasaran dan *physical evidence* dari restoran. Namun sehubungan dengan batasan masalah dan fokus penulisan, tugas akhir ini hanya akan mengulas tentang permasalahan pada pemasaran khususnya promosi. Konsep teori yang digunakan sebagai panduan dalam menyusun strategi pengembangan adalah *promotion, media, dan integrated marketing communication (IMC)* yang berfungsi sebagai pendukung kegiatan komunikasi pemasaran dan promosi restoran.

Penulis menyusun dua alternatif strategi yang kemudian dipilih dengan menggunakan metode *weighted analysis* untuk menemukan solusi terbaik. Strategi promosi yang dipilih adalah menerapkan IMC *plan* melalui kegiatan beriklan pada media luar ruangan yang juga berfungsi sebagai papan nama restoran, dan juga melakukan kegiatan pemasaran *digital public relation* pada media online seperti melalui *website* perusahaan, Facebook, dan TripAdvisor. Strategi ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan jumlah pengunjung restoran Pawon Pasundan.

Pada bagian akhir dari laporan ini penulis telah menjabarkan rencana implementasi untuk periode satu tahun ke depan agar hasil implementasi lebih maksimal, dan juga kesimpulan serta saran untuk kedepannya.



EXECUTIVE SUMMARY

This final report contains the overall project improvement the author developed at Restoran Pawon Pasundan. It starts with problem identification, the search for its root causes, the elaboration of alternative solutions, propose possible highest achievable solutions and the conclusion as well as suggestions for marketing activities Pawon Pasundan should implement.

To do this final report, the author has had to underwent intensive process of data collection, the search for a solution and the design of its execution, spanning a three month period of internship.

Based on observation and looking at the company's data, the imminent problem was a slow growth in customers patronage compared to the growth of tourists visit to Bali. So much so, that the number of visits to Pawon Pasundan in the year 2003 was lower than its previous year. The root of this problem lies in the lack of marketing efforts, physical evidence within the premises and its obscurity among the array of other restaurant in the area. However, due to time constraint and to focus on one problem area, this report will only address the issue of marketing efforts specifically on promotions.

The theory concept used as a guideline in constructing the development strategy is that of: promotion, media and integrated marketing communication (IMC) that serves as the base for marketing communication and promotion.

The author came-up with two alternative solutions which then, using weighted analysis method, chose one that most suitable to Pawon Pasundan's problem.

At the end of the report the author elaborates on a one year implementation program, designed for maximum result. A conclusion and suggestions for continuing efforts is provided as well.

