

ABSTRAK

Zaman makin berkembang, begitu juga persaingan antar bisnis semakin ketat di era digital ini menuntut para bisnis owner untuk menyusun strategi kembali dan bisnis planning yang lebih efisien lagi. Dikarenakan persaingan menciptakan pilihan yang tak terbatas, perusahaan mencari cara untuk terhubung secara emosional dengan konsumen dengan menjadikannya tak tergantikan dengan yang lain sehingga menciptakan hubungan jangka panjang karena adanya kepercayaan pada suatu brand tersebut. Sebuah brand yang kuat adalah brand yang mampu bersaing di tengah banyaknya pesaing di pasar. Penelitian ini didasarkan oleh Restoran Seafood & Pecel Lele Millenium 2000 dikarenakan kurangnya penerapan strategi promosi, dengan melakukan observasi yang panjang restoran tersebut memiliki target pasar yang cukup untuk dijadikan sebagai pertimbangan untuk membuat perancangan. Restoran ini berada di daerah Kawasan wisata Sentul, Bogor hal itu juga yang mendasari saya untuk merancang sebuah strategi promosi yang tepat agar restoran bisa berkembang seperti kompetitor lainnya di Kawasan tersebut. Tidak dilupakan juga untuk menambahkan media promosi yang akan digunakan untuk menarik target pasar nantinya. Dalam metode pengumpulan data, tidak lupa juga untuk melakukan wawancara, observasi, kuisioner, dan studi pustaka.