



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar Cabang Paskal

23

Skripsi

Oleh

Raditya Adji Prasetyo

2014320192

Bandung

2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar Cabang Paskal

23

Skripsi

Oleh

Raditya Adji Prasetyo

2014320192

Pembimbing

Sanerya Hendrawan, Ph.D.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Raditya Adji Prasetyo
Nomor Pokok : 2014320192
Judul : Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar Cabang Paskal 23

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 7 Agustus 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

Sekretaris
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Anggota
Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raditya Adji Prasetyo

NPM : 2014320192

Jurusan/Prodi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : “Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar Cabang Paskal
23”

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juli 2018



Raditya Adji Prasetyo

ABSTRAK

Nama : Raditya Adji Prasetyo
NPM : 2014320192
Judul : Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar Cabang Paskal 23

Industri kuliner saat ini sedang tinggi dan di minati oleh warga Bandung. Sehingga menciptakan banyak usaha kuliner yang awalnya kecil menjadi besar dikarenakan permintaan yang cukup besar, seperti rumah makan sombar yang awalnya gerobak di depan kampus beberapa tahun kemudian, warung makan sombar melakukan ekspansi ke paskal 23, yang awalnya di area kampus ingin meluaskan bisnisnya menjadi kalangan warga Bandung yang lebih luas.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Data yang di dapat berasal dari wawancara, studi dokumentasi dan observasi. Data kemudian di analisis menggunakan SWOT dan evaluasi factor internal dan eksternal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspansi yang dilakukan oleh Rumah Makan Sombar telah tepat sasaran. Hal ini dikarenakan adanya kesesuaian antara karakteristik konsumen yang ada di Mall Paskal 23, serta target pasar dari Rumah Makan Sombar ketika melakukan ekspansi. Meskipun sudah adanya kesesuaian antara karakteristik pasar serta target, diperlukan adanya strategi untuk kemudian ekspansi yang dilakukan oleh Rumah Makan Sombar dapat bertahan, dan bersaing dengan kompetitor yang ada di Mall Paskal 23 yang terlebih dahulu telah memiliki nama.

Berdasarkan hasil analisis yang terjadi sehingga peneliti memberikan saran untuk Rumah Makan sombar. Saran tersebut berisi tentang untuk meningkatkan strategi promosi, melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan, dan juga mengelola lingkungan internal dan eksternal berdasarkan analisis SWOT.

Kata Kunci : Perilaku konsumen, Strategi Ekspansi, analisis SWOT, Lingkungan Eksternal, Lingkungan Internal.

ABSTRACT

Nama : Raditya Adji Prasetyo
NPM : 2014320192
Judul : Expansion Strategy Analysis Sombar Restaurant Branch Paskal 23

Culinary industry is currently had a high demand and in interest by the citizens of Bandung. Then it cause many small culinary businesses that became big because of a high demand, such as Sombar Restaurant that used to have a small store in front of the campus a few years ago, then now Sombar expand their business into a mini stalls in Paskal 23. Which means, they do expand their business into wider market, Bandung citizens.

This research type is descriptive research with qualitative method. The data derived from interviews, documentation studies and observations. The datas were analyzed using SWOT and evaluation of internal and external factors.

The results of this study indicate that the expansion has been right on target. This is due to the suitability between the existing consumer characteristics in Mall Paskal 23, and the target market of Sombar Restaurant when do this expansion. Despite the suitability of market characteristics and targets, it is necessary to have strategies for the expansion undertaken by Rumah Sombar to survive, and compete with existing competitors in Mall Paskal 23 which more popular and known by consumer.

Based on the results of the analysis, researchers give suggestions for Rumah Makan sombar. The suggestions are about to improve promotional strategies, innovate products offered, and also manage internal and external environments based on SWOT analysis.

Keyword : Consumer Behavior, Expansion Strategy, SWOT Analysis, External Environments, and Internal Environments.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang di berikan kehadirat Allah SWT yang memberikan rahmat, dab berkah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik dan tepat waktu dengan skripsi yang berjudul “ Analisis Strategi Ekspansi Rumah Makan Sombar ke Paskal 23. Penelitian ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Katolik Parayangan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini , penulis mendapatkan bimbingan dan bantuan saran dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Kedua orang tua tersayang, Wahyu satyawana dan Lestari yang telah memberikan doa dan semangat secara moral dan materil selama proses penyusunan skripsi . untuk adek saya, Fauzan Adrianto yang selalu memberikan doa dan segala bentuk bantuan kepada penulis agar menyelsaikan penulisan skripsi
2. Bapak Dr. Pius sugeng prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
3. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., dan Albert M. P. L. Tobing, ST., MAB, selaku Ketua dan Wakil Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.

4. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D. selaku dosen pembimbing , bantuan, dan saran selama penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr.Aknolt Kristian Pakpahan yang telah menjadi mentor saya selamat di kampus dan tidak lupa patner saya fanno yang sudah menjadi teman kerja selama di perkuliahan ini. Tidak lupa saya berima kasih kepada semua jajaran staff BAA yang leha mengajarkan saya untuk bekerja dalam mangurus USM di unpar
6. Gilbert selaku pendiri dari Rumah makan Sombar sebagai kunci narasumber yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran ntuk melaksanakan wawancara dengan penulis.
7. Seluruh jajaran dosen dan staff Fakultas Ilmu social dan Politik di UNiversitas Katolik Parayangan , khususnya Program Studi ILmu Administrasi BISnis yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran Kepada penulis dan Mahasiswa lainnya.
8. Vicky Avidia Nugroho, teman semenjak awal perkuliahan. Teman yang senantiasa memberikan motivasi, memberikan segala pandangan-pandangan yang membuat peneliti menjadi lebih baik, dan lebih peduli dengan sekitarnya. Teman berdiskusi, teman mengeluh, teman berbagi cita, dan teman yang senantiasa memberikan cerita-cerita menarik diakhir perkuliahan penulis.
9. Kemal,dimas,kempet dan ateng , yang telah menjadi teman saya berbagi sejak 2010. Terima kasih telah membantu peneliti dalam mendapatkan motivasi pengerjaan peneliti ini, membantu peneliti memberikan pandangan perihal penulisan penelitian ini, teman bercerita mengenai banyak hal.
10. Marco, yang juga menjadi teman berdiskusi, teman berbagi penulis selama penulisan penelitian ini, teman yang selalu memberikan motivasi dalam pengerjaan penelitian ini.

11. Dita, Andra, Dwiki dan Ticil teman berdiskusi mengenai setiap isu-isu menarik yang kemudian membantu penulis bisa mengembangkan penelitian ini. Teman berbagi berbagai hal, dan teman bercerita penulis.
12. Teman teman Antir yang sudah menjadi teman perkuliahan selama ini, berhubug orang nya banyak jadi saya sebut nama nya aja ya.
13. Teman teman tercinta selama perkuliahan, Thalia, Greschia, Bianda, Evita, Annisa, Genta, Rima, Olla, Fira, Caca, Alya, yang selalu memberikan banyak motivasi, semangat, dan juga menemani penulis dalam pengerjaan penelitian ini.
14. Sahabat-sahabat Domar, futsal dan basket , Nizar, Uji, Osat, Gerry, ius, zek, Irfan,agung, Ali ,Owi, Eggy,tingtong, Adam,Aryo,Samson,Bryan,lukman dan dll yang selalu memberikan banyak motivasi, semangat, dan juga menemani penulis dalam pengerjaan penelitian ini.
15. Teman teman tercinta selama perkuliahan, eca, lola, marina, ajeng, Dea, noni, dan Aldo yang telah menjadi teman PUBG dan main selama semasa perkuliahan
16. Teman teman himpunan yang tercinta, Adel,bimo,intan dan Felis yang selalu mendukung penulis saat sedih dan senang.
17. Teman-teman semasa SMA, yang juga membantu peneliti untuk mendapatkan motivasi dalam pengerjaan penelitian ini, Ateng , Tesar, Debby, Kiflan, Ali , kartika, dan Nadya.
18. Teman-teman semasa SMP yang tiada hentinya memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kepada semua pihak diharapkan saran dan kritik tentang skripsi ini.

Bandung, 29 Juli2018

Raditya Adji Prasetyo

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Objek penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Analisis Pasar dan Konsumen	8
2.1.1 Model Perilaku Konsumen	10
2.3 Segmenting, Targeting, and Positioning	23
2.3.1 Segmenting	23
2.3.2 Targeting.....	23
2.3.3 Positioning	24

2.4	Ekspansi	24
2.4.1	Pengertian Ekspansi	24
2.4.2	Bentuk-Bentuk Ekspansi	26
2.4.3	Sumber-Sumber Pembiayaan Ekspansi	27
2.2	Strategi Instensif.....	30
2.5	Analisis Lingkungan Eksternal	31
2.6	Analisis Lingkungan Internal	37
2.7	SWOT.....	39
2.7.1	Strength (Kekuatan)	40
2.7.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	40
2.7.3	<i>Opportunity</i> (Peluang),	40
2.7.4	<i>Threat</i> (Ancaman).....	41
BAB III		41
METODE PENELITIAN.....		41
3.1.	Metode Penelitian.....	42
3.2.	Model Penelitian	42
3.3.	Metode Pengumpulan Data	43
3.4.	Teknis Analisis Data	45
3.4.1	Triangulasi	45
BAB IV		46
OBJEK PENELITIAN.....		46
4.1	Sejarah perusahaan.....	46
4.2	Profil Perusahaan.....	47
4.2.1	Logo Perusahaan	48
4.2.2	Jam Operasional.....	48
4.2.4	Produk	49
4.2.5	Daftar Harga Produk	49
4.2.6	Segmentasi dan Target.....	50
4.2.7	Tempat dan Fasilitas	50
4.3	Bagan Perusahaan	51
4.4	Visi	51
4.5	Misi.....	51

BAB V	52
PEMBAHASAN	52
5.1 Analisis pasar dan konsumen	53
5.1.1 Model perilaku konsumen.....	54
5.2 Analisis STP.....	59
5.2.1 Segmenting	60
5.2.2 Targeting.....	61
5.2.3 Positioning	61
5.3 Strategi ekspansi.....	62
5.3.1 Bentuk bentuk ekspansi	62
5.3.2 Sumber-Sumber Pembiayaan Ekspansi	65
5.3.3 Motif ekspansi.....	66
5.4 Strategi instensif.....	67
5.5 Analisis lingkungan eksternal	69
5.5.1 Lingkungan umum	70
5.5.2 Lingkungan Industri.....	73
5.5.3 Lingkungan operasional.....	77
5.6 Analisis Lingkungan Internal	83
5.6.1 Pemasaran	84
5.6.2 Akuntansi dan keuangan	85
5.6.3 Personalia.....	85
5.6.4 Manajemen mutu	86
5.6.5 Teknologi dan informasi.....	86
5.6.6 Organisasi dan manajemen umum.....	87
5.7 Analisis SWOT	88
5.7.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	88
5.7.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	94
5.7.3 <i>Opportunity</i> (Peluang)	96
5.7.4 <i>Threat</i> (Ancaman).....	98
BAB VI.....	104
Simpulan dan Saran	104
6.1 Simpulan.....	104

6.1.1	Analisis Pasar dan Konsumen.....	104
6.1.2	Ekspansi	107
6.2	Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA		xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Jumlah Pengunjung Harian Mall Paskal 23	54
Tabel 5.2	Karakteristik Konsumen	56
Tabel 5.3	Segmenting Pasar di Kota Bandung	60
Tabel 5.4	Variasi Makanan Mall Paskal 23	90
Tabel 5.5	Analisis SWOT	100

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Model 5 Forces Michael E.Porter	35
Bagan 4.1 Bagan Rumah Makan Sombar	51
Bagan 5.1 Model 5 Forces Michael E. Porter untuk Rumah Makan Sombar.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Rumah Makan Sombar	48
Gambar 4.2 Produk Rumah Makan Sombar	49
Gambar 4.3 Tempat dan Fasilitas Rumah Makan Sombar	51
Gambar 5.1 Daftar Menu Rumah Makan Sombar	92
Gambar 5.2 Publikasi Sombar di Media Sosial	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Pertanyaan Penelitian	xv
Lampiran Dokumentasi.....	xvi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kondisi pasar saat ini sangat lah ketat kita sudah memasuki era globalisasi, masalah ini di karenakan kita sudah memasuki pasar yang bebas yang harus menuntut semua pengusaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membuat bisnis. Baik dalam hal kuliner dan fashion. Banyak nya pengusaha local saat ini pun memberikan dampak yang baik bagi negara, di karenakan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan dapat mengurangi krisis ekonomi yang terjadi pada saat ini. Kondisi ini menuntut para pengusaha untuk mengembangkan strategi agar perusahaan yang sedang di jalani agar tetap terus mengikuti kemauan pasar saat ini dan akan datang. Strategy ini pun merupakan suatu langkah yang sangat penting bagis eperusahaan untuk dapat menembangkan dan mempertahankan pasar.

Perkembangan bisnis di Indonsenia saat ini tidak jauh dari perilaku pasar yang sangat tinggi daya beli nya, maka dari itu para pengusaha usaha kecil menengah ini terpacu untuk selalu membuat sebuah inovasi dan kreasi baru untuk dapat bisa bersaing di pasar saat ini. Apalagi pada saat ini para UKM sudah banyak menjual produk nya di mall, karena pasar di mall sangat lah tinggi dan hamper setiap

orang pasti ke mall untuk berbelanja, dari hasil wawancara yang di dapat di salah satu mall yang berada di Bandung, mereka menghitung pengunjung dari setiap pintu masuk nya, di perkirakan hampir dari 600 orang pergi ke mall pada hari biasa, kalau di hari libur atau tanggal merah bisa melonjak lebih tinggi.

Banyaknya UKM di Bandung, utamanya di dunia kuliner, mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Pasar persaingan di kota Bandung dari segi kuliner, dapat kita lihat dari fenomena dimana restoran yang menyajikan atau memberikan suatu inovasi dan kreativitas yang baru belum tentu bisa bertahan lama di Bandung, karena setiap bulan nya pasti ada tempat makan yang akan buka dengan inovasi yang selalu berkembang. Dari fenomena tersebut, penulis ingin membahas rumah makan Manado yang memiliki inovasi yang berbeda dengan yang lain.

Rumah makan Sombar merupakan rumah makan yang menjual makanan khas Manado. Rumah makan ini membuka toko pertamanya di depan Universitas Katolik Parahyangan. Berawal dari pertemanan menjadi bisnis. Rumah makan Sombar pada awalnya seperti warung kecil dengan bermodalkan gerobak. Menu yang di tawarkan sombar ialah nasi cakalang dan kangkung yang kemudian menjadi menu favorit. Pada awalnya pasar merasa asing dengan menu yang ditawarkan oleh Sombar. Dengan promo yang gencar dilakukan oleh Sombar, membuat rumah makan Sombar semakin besar dan telah menjadi rumah makan yang disukai oleh para mahasiswa Unpar bahkan kampus lain. Dengan pertumbuhan yang sangatlah pesat membuat Sombar terus berkembang. Semula

yang berawal dari warung yang di bilang sangat kecil telah menjadi rumah makan berskala restoran. Setelah berbisnis makanan Manado sekitar 2 tahun, Sombar membuat rumah makan yang lebih besar dan unik untuk membuat konsumen bisa makan di kedainya. Setelah membuka kedai yang lebih besar, Sombar tidak patah semangat dan melakukan ekspansi ke Paskal 23. Untuk dapat memperluas pasar yang awalnya hanya mahasiswa menjadi pasar masyarakat kota Bandung.

Ekspansi merupakan suatu ukuran untuk perusahaan yang sukses ataupun tidak. Upaya untuk menawarkan suatu produk yang sudah kita punya ke pasar yang baru dan mengembangkan pasar dengan target-target yang baru. Dari ekspansi tersebut ada strategi internal dan eksternal. Ekspansi internal diharuskan mengembangkan divisi atau produk yang kita miliki lebih besar untuk pasar baru. Untuk eksternal kita melakukan kerja atau penggabungan usaha di pasar baru. Ekspansi dapat dijadikan sebagai salah satu indikator kesuksesan suatu perusahaan yang ingin memperluas usahanya. Ekspansi perusahaan pun harus memiliki modal yang sangat besar untuk melancarkan strategi ini.

Sebelum melakukan ekspansi, Rumah Makan Sombar harus mengetahui perilaku konsumen di mall Paskal 23, perilaku tersebut mempunyai faktor faktor yang dapat mengetahui perilaku konsumen mall Paskal 23 yang terdiri dari dua faktor ialah faktor pribadi dan faktor lingkungan, faktor pribadi merupakan faktor karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang dapat membuat tanggapan yang relative konsisten dan dapat bertahan lama dengan lingkungan. Dari mengetahui perilaku konsumen perusahaan dapat mengetahui

target yang harus di tuju untuk mengetahui target pasar di mall Paskal 23, dari hasil menganalisa perilaku konsumen perusahaan akan lebih mengetahui apa yang di inginkan konsumen dan apa menu makanan yang sangat di sukai oleh konsumen. Tidak lupa untuk menjelas kan dari segi segmenting, positioning dan targetting, dari data itu pun perusahaan dapat mengetahui apa yang harus dilakukan perusahaan untuk melakukan ekspansi ke mall Paskal 23.

Ekspansi yang dilakukan oleh rumah makan Sombar saat ini adalah untuk mengetahui, apakah makanan yang disajikan selama ini cocok dengan masyarakat luas? Karena pada awal pendirian rumah makan Sombar, menu yang ditawarkan adalah makanan berat khas manado dengan target pasar mahasiswa di lingkungan Unpar. Oleh karena itulah, Sombar melakukan ekspansi ke Paskal 23 di area dalam mall. Dengan fenomena tersebut pun, penulis akhirnya tertarik untuk mengetahui *bagaimana presentasi pasar saat ini, dan bagaimana rumah makan Sombar menyusun strategi ekspansinya?*

1.2.Rumusan Masalah

Rumah makan sombar yang saat ini telah menjadi makanan yang sangat di sukai dan Berdasarkan latar belakang dan indentifikasi masalah diatas, maka masalah penelitian ini di rumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi pasar saat ini dan prospek pertumbuhan pasar di mall untuk sombar ?

2. Bagaimana strategi ekspansi yang dilakukan rumah makan Sombar di mall Paskal 23 ?

1.3.Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah yang telah di ungkapkan penulis, tujuan penelitian ini antara lain :

1. Menganalisis kondisi pasar dan prospek pertumbuhan pasar di mall Paskal 23 untuk sombar
2. Menganalisis strategy ekspansi yang di lakukan rumah makan sombar di mall paskal 23

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi Perusahaan

- Memberikan informasi kepada perusahaan mengenai strategi ekspansi yang sesuai dengan pasar paskal 23 mall.
- Memberikan informasi kepada perusahaan dampak dari ekspansi ke paskal 23 mall.

1.4.2. Bagi Penulis

- Memberikan pengalaman baru bagi penulis dalam menganalisis strategi ekspansi perusahaan rumah makan Sombar.

- Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

1.4.3. Bagi Fakultas dan Program Studi

- Untuk menjalin hubungan baik antara program studi administrasi bisnis , fakultas ilmu sosial dan politik , Universitas Katolik Parahyangan Bandung dengan rumah makan Sombar.

1.4.4. Bagi Pihak Lain

- Dapat menjadi sumber informasi dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai strategi ekspansi perusahaan rumah makan Sombar.
- Dapat digunakan untuk acuan penelitian dengan pokok masalah yang sama.

1.5. Objek penelitian

Rumah makan sombar merupakan sebuah bisnis yang berasal dari Bandung. Bergerak pada bidang kuliner, makanan yang di sajikan oleh rumah makan sombar ialah makanan khas Manado yang di sajikan secara minimalis yang berbentuk ricebowl. Rumah makan sombar sendiri merupakan salah satu pioneer warung modern yang menjadikan makanan khas Manado, yang mengusung konsep “nyanda ada yang laeng yang persatukan torang selaeng makanan sedaap”

Setiap makanan sombar di buat secara higienis dan dari bahan olahan pilihan yang pasti nya memiliki kualitas yang bagus. Ikan yang dipakai oleh rumah makan sombar pun, ikan yang dikirim langsung dari manado. Hal ini dilakukan agar cita rasa dari makanan itu tidak hilang, masih ada rasa orisinil nya yang masih bisa di rasakan.

Dengan awal nya segmen pasar nya pada anak muda dan mahasiswa, rumah makan sombar sendiri melakukan ekspansi agar segmen pada awal nya hanya anak muda dan mahasiswa bisa di luas menjadi keluarga dan orang kantoran yang posisi kantor nya tidak jauh dari mall paskal 23. Rumah makan sombar sendiri memasarkan produk nya melalui social media yaitu Instagram.

Pada saat ini , rumah makan sombar tersedia hanya di daerah bandung saja. Untuk di Bandung rumah makan sombar membuka gerai nya di Jalan Ciumbuleuit No.155, Ciumbuleuit, Cidadap, Hegarmanah, Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40142. Dan cabang baru nya yang berada di 23 Paskal Shopping Center Lt. 3 #32, Paskal Hyper Square, Jalan Pasir Kaliki No. 25 - 27, Kb. Jeruk, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat 40181. Posisi stand rumah makan sombar di lantai 3 di bagian *foodcourt*.