

ABSTRAK

Nama : Tedy Chayadi, William, Oliver Tan Libria
Program Studi : Bisnis Perhotelan
Judul : ANALISA STRATEGI KULINER BAKMI LONCAT ELDA DALAM MENGHADAPI GENERASI YANG AKAN DATANG

Storytelling ini dilakukan untuk tujuan memperkenalkan kembali “Bakmi Loncat Elda” sebagai sebuah akulturasi makanan legendaris yang dipengaruhi budaya Tionghoa di Pecinan, Glodok. Juga untuk mengetahui strategi “Bakmi Loncat Elda” untuk mempertahankan bisnis hingga bisa eksis hingga 40 tahun, dan untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan “Bakmi Loncat Elda” dalam menghadapi masa yang akan datang. Dapat diketahui bahwa pengunjung yang bergenerasi muda sangat jarang ditemukan melainkan pengunjung yang berusia sekitar 40 tahun keatas di kuliner Pasar Glodok salah satunya Bakmi Loncat Elda, tentu hal ini menjadi fenomena masalah yang timbul karena hal ini dapat membuat kuliner di Pasar Glodok menjadi sepi pengunjung di masa yang akan datang. Cara yang membuat pak Andy pemilik “Bakmi Loncat Elda” sukses dan tetap bertahan dari generasi ke generasi adalah pak Andy selalu konsisten membuat rasa yang tetap sama dengan cara mempertahankan bahan bahan yang sama dari dahulu hingga sekarang tetapi tetap dengan topping yang berlimpah walau dengan harga yang cukup bersaing. Faktor inilah yang membuat kedai “Bakmi Loncat Elda” bertahan dari generasi ke generasi.

Konklusi dari *storytelling* ini adalah menceritakan bagaimana strategi yang akan dilakukan Bakmi Loncat Elda dalam mengatasi masalah sepi pengunjung di generasi yang akan datang yaitu kurangnya pengunjung yang berumur 40 tahun kebawah. Salah satu saran yang dapat diberikan adalah Bakmi Loncat Elda perlu lebih aktif dalam mempromosikan produknya di media sosial agar tidak tertinggal jaman dan ke eksisan produknya tetap dikenal oleh masyarakat. Audiens target kami adalah orang-orang yang suka makan, lokal dan internasional wisatawan yang ingin berwisata kuliner di Pecinan, Glodok, praktisi di bidang kuliner yang ingin tahu tentang “Bakmi Loncat Elda” bakmi legendaris itu dipengaruhi oleh budaya Tionghoa, serta para pengusaha kuliner atau para pebisnis atau butuh referensi ketika ingin membuka usaha bakmi.

Kata Kunci: bakmi loncat, bakmi, kuliner, makanan legendaris, Glodok dari dahulu hingga saat ini.

Abstract

Name : Tedy Chayadi, William, Oliver Tan Libria
Study Program : Hospitality Business
Title : CULINARY STRATEGY ANALYSIS IN GLODOK
MARKET TOWARDS THE NEXT GENERATION
THAT WILL COME

This storytelling was carried out for the purpose of reintroducing “Bakmi Loncat Elda” as an acculturation of legendary Chinese-influenced food in Chinatown, Glodok. Also to find out the "Bakmi Skip Elda" strategy to maintain the business so that it can exist for up to 40 years, and to find out how the "Bakmi Loncat Elda" strategy survives in the face of the future. It can be seen that visitors of the younger generation are very rarely found but visitors aged around 40 years and over at the culinary delights of Glodok Market, one of which is Bakmi Loncat Elda, of course this is a problem phenomenon that arises because this can make the culinary delights at Glodok Market empty of visitors at this time. which will come. The way that makes Mr. Andy, the owner of "Bakmi Loncat Elda" successful and survives from generation to generation, is that Mr. Andy is always consistent in making the taste the same by maintaining the same ingredients from before until now but still with an abundance of toppings even at a lower price. quite competitive. It is this factor that makes the “Bakmi Loncat Elda” shop last from generation to generation.

The conclusion of this storytelling is to tell how the strategy that will be carried out by Bakmi Loncat Elda in overcoming the problem of low visitors in future generations, namely the lack of visitors aged 40 and under. One suggestion that can be given is that Bakmi Loncat Elda needs to be more active in promoting its products on social media so that they are not left behind and the existence of their products is still known by the public. Our target audience is people who love to eat, local and international tourists who want a culinary tour in Chinatown, Glodok, culinary practitioners who are curious about “Bakmi Loncat Elda” the legendary noodle influenced by Chinese culture, as well as culinary entrepreneurs or businessmen or need references when they want to open a noodle business.

Keywords: noodles, culinary, legendary food, Glodok from the past to the present.