

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kuliner Jepang di Indonesia, khususnya menu ramen, menunjukkan peningkatan signifikan yang dipengaruhi oleh globalisasi, budaya *pop* Jepang, dan perubahan gaya hidup masyarakat urban. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan sub-brand Ittasei Ramen sebagai strategi peningkatan *omzet* harian di *The Riz Cafe*, Surabaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan *Research and Development* (R&D) dengan teknik wawancara mendalam terhadap empat responden serta *food testing* terhadap dua belas responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Ittasei Ramen* memiliki potensi kuat untuk diterima pasar lokal, dengan mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap rasa, tekstur mie, dan penyajian menu. Strategi penetapan harga berbasis kompetitor serta konsep branding yang kuat juga mendukung daya saing produk. Implementasi awal menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung dan transaksi harian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan ramen sebagai menu tematik dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong pertumbuhan *omzet* di sektor usaha kafe.

Kata kunci: Ramen, pengembangan bisnis, *The Riz Cafe*, strategi pemasaran, food testing, kuliner Jepang

ABSTRACT

The growth of Japanese culinary businesses in Indonesia, particularly ramen, has shown significant increases, driven by globalization, Japanese pop culture, and shifts in urban lifestyle. This study aims to analyze the development of the sub-brand Ittasei Ramen as a strategy to increase daily revenue at The Riz Cafe in Surabaya. The research applies a Research and Development (R&D) approach through in-depth interviews with four respondents and food testing with twelve participants. The findings reveal that Ittasei Ramen holds strong potential in the local market, with most respondents providing positive feedback on the soup taste, noodle texture, and food presentation. A competitor-based pricing strategy and strong branding concept further support product competitiveness. The initial implementation phase showed an increase in customer visits and daily transactions. This study concludes that developing ramen as a thematic menu can be an effective strategy to enhance customer loyalty and boost revenue growth in the café business sector.

Keywords: *Ramen, business development, The Riz Cafe, marketing strategy, food testing, Japanese cuisine*