

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama pada segmen makanan Jepang seperti ramen. Popularitas ramen meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin terbuka terhadap budaya asing dan mencari variasi dalam pilihan kuliner.

Berdasarkan data yang dihimpun dari platform ulasan kuliner Tripadvisor, tercatat terdapat 102 restoran Jepang yang tersebar di Kota Surabaya. Angka ini menunjukkan tingginya minat dan antusiasme masyarakat terhadap kuliner Jepang yang telah menjadi bagian dari tren konsumsi makanan di kalangan konsumen lokal. Fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji, khususnya dalam konteks peluang bisnis di sektor makanan dan minuman. Dari jumlah tersebut, penulis melihat adanya potensi pasar yang besar, terutama untuk jenis makanan ramen yang semakin populer dan banyak diminati. Kondisi ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian mengenai perencanaan dan pengembangan bisnis ramen Jepang di Surabaya sebagai salah satu alternatif usaha yang menjanjikan.

Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, termasuk meningkatnya permintaan terhadap produk makanan Jepang di Indonesia (Amalijah & Fredy, 2023). Marketing Manager PT Masuya, Hirohisa Ichihara, menyatakan bahwa permintaan terhadap produk makanan Jepang seperti

salmon, daging, dan bumbu mengalami pertumbuhan tahunan sekitar 15%. Pada tahun 2023, penjualan bahkan melampaui kondisi sebelum pandemi (Bisnis.com, 2024).

Selain itu, budaya pop Jepang seperti *anime* dan *manga* turut berperan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap ramen. Ramen sering muncul dalam berbagai media Jepang, sehingga menambah daya tariknya di kalangan penggemar budaya Jepang di Indonesia (RRI, 2024).

Di kota-kota besar seperti Surabaya, pertumbuhan restoran Jepang juga dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan makan di luar sebagai bagian dari aktivitas sosial. Restoran Jepang menjadi pilihan populer untuk tempat berkumpul dan bersosialisasi, terutama di kalangan anak muda (Amalijah & Fredy, 2023).

Kinerja *omzet* di *The Riz Cafe* hingga saat ini masih belum mencapai *omzet* yang besar. Meskipun memiliki potensi dari segi lokasi dan konsep, tingkat kunjungan harian serta nilai transaksi per pelanggan masih relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat celah dalam strategi pemasaran, pengelolaan menu, dan pengalaman pelanggan yang perlu diperbaiki agar *omzet* dapat meningkat.

Proyek ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Ittasei Ramen* di *The Riz Cafe* serta dampaknya terhadap peningkatan *omzet* harian di *The Riz Cafe*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dianalisis terkait dengan bisnis ramen di *The Riz Cafe*.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pertumbuhan makanan Jepang, khususnya ramen, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *omzet* di *The Riz Cafe*?
2. Sejauh mana pengaruh kehadiran *Ittasei Ramen* terhadap peningkatan kunjungan pelanggan dan *omzet* harian di *The Riz Cafe*?

1.3. Objektif

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pertumbuhan kuliner Jepang, khususnya ramen, sebagai strategi untuk meningkatkan *omzet* di *The Riz Cafe*.
2. Menilai dampak kehadiran *Ittasei Ramen* terhadap tingkat kunjungan pelanggan dan peningkatan *omzet* harian di *The Riz Cafe*.

1.4. Signifikansi Proyek

Proyek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi bisnis kuliner, khususnya dalam konteks integrasi produk baru seperti ramen Jepang di usaha kafe lokal. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan akademis mengenai pengaruh tren kuliner asing terhadap perilaku konsumen serta strategi adaptasi bisnis makanan dan minuman dalam menghadapi perubahan preferensi pasar.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi *The Riz Cafe* dalam merancang strategi peningkatan *omzet* melalui pengembangan produk dengan *Ittaisei Ramen*. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kuliner lain yang menghadapi tantangan serupa, yakni stagnasi *omzet*, dengan mempertimbangkan pendekatan inovatif melalui penyajian menu tematik yang relevan dengan tren pasar.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai penting baik dalam pengembangan ilmu kewirausahaan dan manajemen kuliner, maupun dalam implementasi nyata di lapangan untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.