

**RENCANA BISNIS PENDIRIAN USAHA
RAMEN BURGER HOUSE
DI KOTA PONTIANAK**

Risaldo F. A. Simanjuntak

71180306

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Risaldo F. A. Simanjuntak / 71180306 / 2022 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Restoran “Ramen Burger House” di Kota Pontianak / Pembimbing Drs. Wiwin Prastio, MM

“Ramen Burger House” merupakan Bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan oleh “Ramen Burger House” adalah makanan burger yang sudah dimodifikasi dengan rasa unik, sehingga bisa dinikmati semua kalangan. “Ramen Burger House” terletak di kota Pontianak.

Ramen Burger House memiliki visi yaitu menjadi perusahaan burger ramen terpercaya dan terkenal di Indonesia. Misi dari Ramen Burger House yaitu: Selalu berinovasi untuk menghadirkan menu makanan unik yang berbeda dari competitor, Bekerjasama dengan pemasok bahan baku dengan kualitas terbaik dan terjamin halal, Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, Mengutamakan etika dan kesopanan dalam melayani pelanggan dan Membawa kegembiraan bagi pelanggan dalam bentuk makanan.

Produk yang ditawarkan oleh “Ramen Burger House” yaitu burger dengan aneka macam isiannya.

Untuk dapat bersaing dengan kompetitor maka dibutuhkan strategi pemasaran untuk menawarkan produk-produk “Ramen Burger House”. Strategi yang digunakan sehubungan dengan membuka usaha makanan ini, yakni pemasaran “direct selling” dengan sejumlah penawaran promosi dan penawaran produk terbaru dalam periode waktu tertentu.

Kelayakan suatu bisnis adalah hal yang perlu dipertimbangkan untuk menilai apakah bisnis tersebut layak atau tidak untuk diinvestasikan. Analisis kelayakan usaha yang digunakan yaitu, Payback Period yang diperoleh dengan batas maksimal 5 tahun, Net Present Value yang diperoleh nilai positif Rp 498.317.062, dan Profitability Index yang diperoleh sebesar 2,119596837, bernilai lebih besar dari 1. Break Even Point yang diperoleh dari masing-masing tahun selama periode 5 tahun didapatkan angka positif.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Risaldo F.A. Simanjuntak / 71180306 / 2022 / *Business Plan for the Establishment of a Restaurant Business "Ramen Burger House "* in Pontianak City / Supervisor Drs. Wiwin Prastio, MM

"Ramen Burger House " is a business engaged in the food and beverage sector. The products offered by "Ramen Burger House " are burgers that have been modified with unique flavors, so that they can be enjoyed by all people. "Ramen Burger House " is located in the city of Pontianak.

Ramen Burger House has a vision that is to become a trusted and famous Ramen Burger House company in Indonesia. The missions of Ramen Burger House are: Always innovate to present unique food menus that are different from competitors, Cooperate with suppliers of raw materials with the best quality and guaranteed halal, Maintain good relationship with customers, Prioritizing ethics and courtesy in serving customers and Bringing joy to customers in the form of food.

The products offered by "Ramen Burger House " are burgers with various fillings.

To be able to compete with competitors, a marketing strategy is needed to offer "Ramen Burger House " products. The strategy used in connection with opening this food business is "direct selling" marketing with a number of promotional offers and the latest product offers within a certain period of time.

The feasibility of a business is something that needs to be considered to assess whether the business is worth investing in or not. The business feasibility analysis used is the Payback Period, obtained with a maximum limit of 5 years, the Net Present Value obtained is a positive value of Rp. 498.317.062, and the Profitability Index obtained is 2,119596837, the value is greater than 1. The Break Even Point obtained from each year during the 5 year period is positive.

BAB I PENDAHULUAN

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.1 Ide Bisnis

Dengan berkembangnya zaman, kehidupan manusia tidak terlepas dari berbagai kebutuhan, antara lain kebutuhan primer, kebutuhan dasar, dan kebutuhan sekunder dan tersier. Permintaan akan terus meningkat dengan meningkatnya tingkat konsumsi masyarakat, khususnya dari masyarakat Indonesia. Kebutuhan mutlak yang harus dipenuhi setiap orang adalah kebutuhan dasar, antara lain sandang, pangan, dan papan. Kita akan membahas kebutuhan akan makanan secara lebih mendalam, karena menyangkut kebutuhan manusia yang memerlukan makanan.

Di Indonesia, kebiasaan makan nasi selalu menjadi makanan pokok yang diprioritaskan. Namun, di era modern ini, budaya asing telah memasuki budaya kita, dan sejak itu, kita telah menemukan berbagai jenis makanan dari berbagai negara. Tren western food sedikit banyak telah mengubah kebiasaan makan orang Indonesia. Rasanya seperti Anda memiliki gengsi untuk mengkonsumsi makanan asing ini dengan harga yang terjangkau semua orang. Makanan ini dapat bersaing, bertahan dan mengambil tempat di hati masyarakat dalam berbagai rasa, bentuk, dan bentuk yang unik.

Kami tidak asing dengan hamburger. Makanan ini tidak hanya dapat ditemukan di kota-kota besar, tetapi di mana-mana. Hamburger adalah "makanan cepat saji" yang asalnya dari negeri Paman Sam, Dengan mengabungkan bahan seperti roti, sayuran segar, daging panggang, dan berbagai saus untuk menciptakan makanan lezat lainnya dan tampilan unik. Pada awalnya jenis makanan ini adalah makanan yang mahal, namun dengan berkembangnya zaman, kita bisa mendapatkan makanan tersebut dengan harga yang sangat murah.

Di berbagai negara, banyak orang akan mengubah burger sesuai selera mereka. Beberapa orang menggunakan nasi sebagai pengganti sanggul atau biasa disebut burger nasi pada hamburger. Beberapa orang menggunakan ramen sebagai pengganti roti atau biasa disebut *Ramen Burger House*/ hamburger ramen.

Ramen Burger House merupakan perpaduan dari dua budaya yang berbeda, yang menjadi keunikan utama dari makanan ini. *Ramen Burger House* terdiri dari dua tumpukan mie ramen goreng yang renyah. Tumpukan mie disajikan dengan daging sapi di tengahnya, ditaburi bawang hijau cincang, dan diolesi saus khusus.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Gptoritik IBIKKG (Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam business plan penulis mengambil tema bisnis kedai burger ramen. Walaupun dalam prakteknya banyak bisnis yang terkenal dan sejenis, penulis akan menghadirkan burger baru yang berbeda dengan burger yang sudah ada di pasaran dan tidak ada dipenjual lain. Penulis mengambil tema ini karena melihat peluang bisnis makanan tidak akan berhenti selama manusia masih membutuhkan makanan. Penulis menamakan restoran burger ini “*Ramen Burger House*”.

1.2 Gambaran Usaha

a. Bidang Usaha

Burger adalah roti bundar yang dipotong setengah dengan patty di tengahnya, biasanya daging, diikuti oleh sayuran seperti selada, tomat, dan bawang. Sebagai saus, burger datang dalam berbagai jenis saus seperti mayones, saus tomat, saus cabai, dan mustard.

Burger banyak dijual di rantai makanan cepat saji di berbagai negara. Burger sangat populer untuk dikonsumsi di seluruh dunia karena kelezatan dan kepraktisannya, dan burger juga bisa dimakan saat bepergian.

Ramen adalah makanan tradisional Jepang yang terbuat dari mie kuah. Ramen dicirikan oleh bentuknya yang tipis dan warnanya yang kuning. Sekilas, mie yang digunakan dalam ramen mirip dengan mie instan Indonesia, namun jika dilihat lebih dekat, diameter mie ramen ini lebih kecil.

Ramen Burger House merupakan perpaduan dua budaya yang berbeda, Jepang dan Amerika, yang memberikan keunikan utama pada makanan ini. Burger Ramen memberikan sensasi rasa burger yang baru kepada konsumen.

Penulis menamai perusahaan tersebut dengan *Ramen Burger House*. Produk dengan cita rasa yang khas, dipasarkan kepada masyarakat yang menyukai hal-hal yang berbau cepat saji (fast food), dan juga sebagai pengganti makanan lain jika bosan dengan menu sehari-hari.

b. Visi dan Misi

- a. Visi: Menjadi perusahaan burger ramen terpercaya dan terkenal di Indonesia.



b. Misi:

1. Selalu berinovasi untuk menghadirkan menu makanan unik yang berbeda dari kompetitor.
2. Bekerjasama dengan pemasok bahan baku dengan kualitas terbaik dan terjamin halal.
3. Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan.
4. Mengutamakan etika dan kesopanan dalam melayani pelanggan.
5. Membawa kegembiraan bagi pelanggan dalam bentuk makanan.

c. Tujuan

Untuk menetapkan tujuan dan menjaganya tetap berjalan seperti yang diharapkan, *Ramen Burger House*, telah menentukan tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang berikut:

- a. Tujuan jangka pendek adalah untuk membawa konsumen ke dalam lingkungan dan lingkungan di mana bisnis beroperasi.
- b. Tujuan jangka menengah adalah untuk memulai promosi memperkenalkan produk asli yang dibuat oleh *Ramen Burger House House* secara pribadi.
- c. Tujuan jangka panjang adalah untuk memperkuat komunikasi dengan setiap klien dan memperluas bisnis di luar wilayah Pontianak dengan umpan balik positif dari masyarakat.

1.3 Besarnya Peluang Bisnis

Aneka mie instan tersebar di negara-negara Asia. Setiap jenis mie pasti memiliki ciri khas tersendiri. Inilah perbedaan mie instan Korea, Jepang dan Indonesia. Mie instan telah menjadi pilihan masyarakat di banyak negara Asia yang ingin menikmati makanan yang praktis, cepat dan lezat. Di pasar Indonesia, Anda juga bisa menemukan produk mie instan dari negara lain. Seperti mie Korea, Jepang, Thailand dan Malaysia.

Mie instan sudah menjadi makanan favorit masyarakat Indonesia. Indonesia menempati urutan kedua di dunia dalam mengonsumsi mie instan. Bukan rahasia



lagi kalau mie instan menjadi andalan makanan Indonesia. Menurut data Asosiasi Mie Instan Dunia (WINA) per 11 Mei 2021, Indonesia menempati urutan kedua dalam daftar negara pengonsumsi mi instan terbanyak di dunia. Pada tahun 2020, jumlah itu akan mencapai 12,64 miliar.

Dengan banyaknya pecinta mie di Indonesia, hal ini membuka peluang untuk berinovasi dengan bahan baku lainnya seperti daging ayam, ikan, udang, daging sapi, dll. Penulis menggabungkan mie dan daging untuk membuat burger, ditambah sayuran, rasanya enak dan memiliki rasa tersendiri saat makan, inilah burger ramen.

Bisnis burger ramen ini belum ada di Pontianak, sehingga akan menjadi yang pertama mempromosikan burger ramen. Bisnis burger ramen memiliki masa depan karena banyak hal yang mendukungnya, yang terpenting membuat produk inovatif dengan makanan favorit Indonesia, burger.

Ramen Burger House bisa menjadi salah satu pilihan untuk semua kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan, pengusaha dan ibu rumah tangga. Ketika siswa tidak membawa bekal dari rumah, solusinya adalah dengan benar-benar menikmati *Ramen Burger House* dengan memesan takeout. Hal ini sering terjadi pada karyawan yang sibuk, terjebak dalam waktu dan sering melewatkan makan siang, sehingga produk ini adalah solusi yang tepat karena Anda dapat makan burger ramen saat bepergian. Tidak ada bisnis serupa di Pontianak, tidak ada pesaing di Pontianak, jadi ini adalah bisnis pertama di Pontianak, tepatnya Jalan Sumatra No.18, tempat kedai burger ramen ini akan dibuka.

Memperhatikan potensi di daerah Pontianak dan pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, serta pesaing di bidang ini masih sangat terbatas, prospek usaha yang sangat mengesankan, penulis memilih daerah Pontianak untuk menjalankan usaha ini dengan didukung data sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Penduduk Kota Pontianak Semester II Tahun 2020

Distribusi Penduduk Kota Pontianak per Kecamatan dan Jenis Kelamin tahun 2020

KECAMATAN/KELURAHAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	PENDUDUK
---------------------	-----------	-----------	----------

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PONTIANAK SELATAN	46,528	47,251	93,833
PONTIANAK TIMUR	53,733	53,053	106,786
PONTIANAK BARAT	75,635	75,263	150,898
PONTIANAK UTARA	73,401	71,640	145,041
PONTIANAK KOTA	62,468	63,566	126,034
PONTIANAK TENGGARA	24,376	24,630	49,006
JUMLAH	336,195	335,403	671,598

Sumber: Data SIAK Hasil Konsolidasi Berkala Kemendagri

Semester II tahun 2020,

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak

Tabel 1. 2

Penduduk Kota Pontianak Semester I Tahun 2021

Jumlah Penduduk Menurut jenis Kelamin Berdasarkan Kecamatan			
Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
PONTIANAK SELATAN	46.464	47.263	93.727
PONTIANAK TIMUR	54.005	53.304	107.309
PONTIANAK BARAT	75.493	75.313	150.806
PONTIANAK UTARA	73.401	71.677	145.078
PONTIANAK KOTA	62.627	63.766	126.393
PONTIANAK TENGGARA	24.405	24.722	49.127
Jumlah	336.395	336.045	672.440

Sumber: Data Konsolidasi Berkala Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, Juni, 2021

Seperti terlihat pada Tabel 1.1, jumlah penduduk Kota Pontianak pada semester pertama tahun 2015 Jumlah penduduk pada tahun 2021 sebanyak



672.440 jiwa, terdiri dari 336.395 laki-laki dan 336.045 perempuan. Jumlah penduduk kepala rumah tangga adalah 196.653 orang, dan penduduk usia produksi 466.645 orang (69,40%).

Jumlah penduduk Kota Pontianak meningkat dalam 1 (satu) semester, dari 671.598 pada semester kedua tahun 2020 menjadi 672.440 pada semester pertama tahun 2021. Dengan penambahan 842 orang, pertumbuhan penduduk Kota Pontianak mengalami penurunan sebesar 0,13% dari semester II tahun 2020 ke semester I tahun 2021. Dapat disimpulkan bahwa dengan memperhatikan kebiasaan masyarakat Indonesia dan pertumbuhan penduduk serta perkembangan Kota Pontianak, maka terbuka peluang yang baik untuk membuka usaha kedai burger ramen dimana penulis akan membangun usaha ini.

1.4 Kebutuhan Dana

Sumber Pendanaan *Ramen Burger House* didanai dari dana perorangan dan orang tua. Hal ini dilakukan atas dasar menyadari risiko pengembalian dana pihak lain dan biaya bunga. *Ramen Burger House* didirikan dengan total kebutuhan modal sebesar Rp 445.086.165. - Pendanaan usaha dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 1. 3

Kebutuhan Dana *Ramen Burger House* (Rp) 2021

Nomor	Keterangan	Biaya
1	Sewa	50.000.000
2	Peralatan	94.859.947
3	Perlengkapan	21.296.310
4	Pemasaran	159.372.128
5	Tenaga kerja	27.900.000
6	Legalitas Usaha	5.163.800

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

7	Renovasi	37.704.500
8	Bahan baku	38.789.480
9	Kas awal	10.000.000
	Jumlah	445.086.165

Sumber: *Ramen Burger House*, 2021

Mengingat luas Pontianak kecil dan antar jarak nya tidak terlalu jauh, transportasi umum masih bisa digunakan, sehingga investasi awal kendaraan untuk sementara ditiadakan, bahkan jika membutuhkan kendaraan untuk digunakan pinjam mobil orang tua.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





BAB II

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2.1 Data Perusahaan

Ramen Burger House adalah sebuah perusahaan di industri makanan yang memiliki produk burger ramen, kombinasi mie yang biasa dikenal dengan ramen dan burger dengan berbagai isian. Dinamakan *Ramen Burger House*, yang artinya burger ramen yang diproduksi merupakan kombinasi Jepang dan Amerika Serikat, serta enak dan layak dinikmati pelanggan di Jalan Sumatra No.18 Pontianak. , nomor telepon 0561-732031. *Ramen Burger House* memiliki Instagram @ramenburgerhouse.ptk dan email burger.house@gmail.com. Badan hukum *Ramen Burger House* adalah kepemilikan tunggal.

2.2 Biodata Pemilik Usaha

- 1.Nama : Risaldo F.A.Simanjuntak
- 2.Jabatan : Pemilik Usaha dan Manager
- 3.Pendidikan : Ilmu Administrasi Bisnis S1
- 4.Tempat dan Tanggal Lahir: Pontianak, 27 februari 1998
- 5.Alat kediaman : Jalan Krakatau No.180 Pontianak
- 6.Nomor Telepon :085776883778
- 7.Alat E-mail : risaldo.lande@gmail.com

Risaldo adalah anak sulung dari tiga bersaudara, lahir dari keluarga yang memiliki sejarah panjang di dunia bisnis, saat ini keluarga sedang menjalankan perusahaan perdagangan yang bergerak di bidang makanan sehat untuk pasien rumah sakit.

Sejak masih kecil Risaldo mempunyai cita-cita ingin menjadi pengusaha, seperti kedua orang tuanya. Dalam bidang usaha Risaldo pernah berusaha dalam penjualan jajanan olahan singkong berbumbu, pengalaman itu memberikan pembelajaran dan bekal bagi Risaldo untuk menjadi pebisnis dikemudian hari.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C 2.3 Jenis dan Ukuran Usaha

Bisnis yang direncanakan adalah di bidang makanan, dan slogannya adalah " *If you eat good, you feel good*". Yang mempunyai makna bahwa dalam setiap gigitan *Ramen Burger House* memiliki beribu rasa yang menyenangkan, Jenis usaha *Ramen Burger House* adalah memproduksi *Ramen Burger House* dan menjualnya kepada masyarakat melalui penjualan online dan offline. Besaran modal yang diberikan untuk menjalankan usaha *Ramen Burger House* adalah Rp. 445.086.165,- dengan asumsi target penjualan tahunan mencapai Rp. 300.000.000,-, maka berdasarkan 2 kriteria dapat disimpulkan bahwa usaha *Ramen Burger House* adalah usaha kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB III

ANALISIS INDUSTRI DAN PESAING

3.1 Trend dan Pertumbuhan Industri

Menganalisa industri dan pesaing sebaiknya dilakukan sebelum memulai usaha agar para pengusaha dapat memahami dan memahami kondisi industri dan persaingan perusahaan yang serupa pada saat itu serta di kemudian waktu. Oleh sebab itu, wirausahawan harus dapat melihat peluang yang ada di perusahaan dan mampu merumuskan strategi yang akan digunakan untuk menjalankan usahanya di waktu yang mendatang dan juga dapat menentukan apakah perusahaan dapat berkompetisi dalam persaingan.

Pada tahun 2019, penduduk Indonesia telah mencapai 265 juta, dengan tingkat kenaikan tahunan sebesar 1,1%. Di antara mereka, 1,1% dari 265 juta orang memiliki sebanyak 2.904.000 orang tiap tahun, dan sangat membutuhkan makanan serta minuman.

Dari data di atas dapat dikatakan bahwa Indonesia memiliki pangsa pasar yang sangat besar, yang membuat bisnis ini sangat menarik untuk dijalankan. juga dapat dikatakan sebagai kebutuhan pokok manusia yang cukup besar dalam hal konsumsi pangan.

Pertumbuhan industri makanan dan minuman, pengecer di sektor makanan serta minuman telah mencapai kenaikan pendapatan sekitar 18% sejak 3 tahun terakhir. Statistik memperkirakan pendapatan industri ritel catering Indonesia tahun ini mencapai 793 juta dolar AS. Pencapaian ini akan terus bertambah hingga tahun 2023 dan diperkirakan akan melampaui 1,4 miliar dolar AS.

Dari data di atas, menyimpulkan bahwa industri makanan serta minuman di Indonesia juga mengalami pertumbuhan yang pesat, dan setiap pemasok makanan dan minuman membutuhkan peralatan untuk menyediakan makanan bagi konsumen untuk memungkinkan hal ini. Bisnis pada dasarnya layak dijalankan.

Dari data pertumbuhan ekonomi di Indonesia triwulan II-2020 mencapai 5,05%, jauh lebih kecil dari 5,27% pada jangka waktu yang sama tahun lalu dan lebih rendah dari 5,07% pada triwulan sebelumnya. (Sumber: <https://money.kompas.com>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perlambatan ekonomi tersebut disebabkan karena pertumbuhan negatif impor dan ekspor pada tahun 2020, dan Indonesia belum menjadi negara yang menarik bagi investasi sehingga menyebabkan perlambatan investasi pada tahun 2020, dan lambatnya ekonomi global serta berdampak pada dunia secara keseluruhan. (Sumber: <https://kompas.com>)

Disisi lain konsumsi kebutuhan masyarakat terus meningkat 5,17% year-on-year, di antaranya sektor makanan dan minuman masih tumbuh sebesar 5,39% year-on-year, sedikit lebih tinggi dari 5,37% pada periode yang sama tahun lalu.

Dari data di atas dapat dikatakan bahwa meskipun terjadi perlambatan dan penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia dan perekonomian dunia, konsumsi rumah tangga pada industri makanan serta minuman masih mampu naik dengan mantap. Dengan ini dapat meyakinkan penulis lebih percaya diri di lapangan, karena sektor industrinya stabil serta cenderung terus berkembang.

3.2 Analisis Pesaing

Persaingan pada saat menjalani bisnis tentunya tidak bisa dipungkiri. Pesaing merupakan pihak lain yang memproduksi serta memperdagangkan barang dan jasa yang sejenis serta serupa dengan produk yang kita dagangkan. Dengan adanya persaingan membuat para pengusaha dituntut untuk kreatif dan inovatif pada saat memulai suatu usaha.

Hal tersebut memungkinkan pendirian bisnis baru untuk mencapai pijakan di pasar di masa depan. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan analisis pesaing sebelum membangun bisnis. Dengan melakukan Analisa terhadap pesaing membuat pengusaha untuk dapat bersaing dengan pesaing.

Selain memahami kekurangan serta kekuatan dari pesaing, analisis ini memungkinkan untuk perbandingan jenis layanan yang ditawarkan, harga, saluran distribusi, fasilitas yang ditawarkan, layanan yang ditawarkan oleh pesaing kepada konsumen, strategi dan promosi pesaingnya. Dengan informasi ini membuat perencanaan pengembangan strategi akan lebih mudah. Berikut pengamatan kompetitor *Ramen Burger House* :

1. Nama Restoran : Kebab Baba Raffi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Lokasi : Jl. Sultan Syarif Abdurahman Pontianak.
Harga : Mahal
Kualitas Produk : Relatif enak.
Kualitas Pelayanan : Relatif Baik, cukup cepat dalam pelayanan
Promosi : Relatif gencar, ketika *grand opening*, menu baru, dan hari besar.
Kenyamanan Tempat : Relatif nyaman, tempat yang luas, cukup bersih, hanya saja sedikit panas, dan sedikit berisik.
Lahan Parkir : Relatif Luas.
Fasilitas : Relatif Baik, Wi-fi cepat, stopkontak ada tapi yang aktif hanya beberapa, tidak tersedia *board game*.

2. Nama Restoran : Big Brothers Burger
Lokasi : Jl. Pattimura No. 3 Pontianak
Harga : Relatif mahal
Kualitas Produk : Biasa Aja.
Kualitas Pelayanan : Relatif Baik, cukup cepat dalam pelayanan.
Promosi : Relatif Gencar, memberikan diskon beberapa makanan pada hari tertentu.
Kenyamanan Tempat : Relatif nyaman, tempat relatif luas, cukup bersih, hanya saja sedikit panas, dan sedikit berisik.
Lahan Parkir : Relatif Luas.
Fasilitas : Cukup Baik, Internet sedikit lambat, tersedia terminal listrik, serta tidak ada *board game* .

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 1

Perbandingan Pesaing

Kriteria	<i>Ramen Burger House</i>	Kebab Baba Raffi	Big Brothers Burger
Merek	Belum terkenal	Sudah terkenal	Sudah terkenal
Harga	Sedang	Sedang	Sedang
Lokasi	Sangat strategis	Sangat strategis	Strategis
Cita Rasa	Enak	Cukup enak	Biasa saja
Kualitas Pelayanan	Sangat baik	Cukup baik	Cukup baik
Promosi	Intensif	Lebih Intensif	Lebih Intensif
Kenyamanan Tempat	Nyaman	Lebih nyaman	Lebih nyaman
Lahan Parkir	Cukup luas	Lebih luas	Lebih luas
Fasilitas	Bagus	Lebih baik	Lebih baik

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.3 Analisis PESTEL

Faktor lingkungan eksternal harus dipahami oleh pelaku usaha agar mampu mempertahankan usahanya dan dapat memikirkan perencanaan bisnis yang lebih baik yang berdampak pada keberhasilan usaha tersebut dan mendapat profit yang maksimal.

Menurut Fred R. David (2017:219), kekuatan eksternal dapat dibagi



menjadi beberapa kategori: kekuatan ekonomi; kekuatan budaya, sosial, demografi, dan lingkungan; kekuatan politik, pemerintahan, dan hukum; kekuatan teknologi, dan daya saing. PESTEL merupakan suatu metode dengan melakukan Analisa terhadap lingkungan eksternal, serta mencakup aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum.

Hal ini biasanya diterapkan oleh para pelaku bisnis sebagai sarana untuk mengetahui dan meminimalisir kemungkinan buruk dikemudian hari, memanfaatkan peluang yang tersedia, memahami pertumbuhan bisnis serta penurunan bisnis, posisi pasar dan arah strategis bisnis. Bisnis Toko Burger Ramen:

a. Politik

Politik memiliki factor yang meliputi sesuatu yang memiliki kaitan dengan kebijakan pemerintah, aturan formal maupun informal di ruang lingkup perusahaan, perpajakan perusahaan, undang-undang ketenagakerjaan dan sebagainya.

Pada tahun 2019, negara Indonesia sudah menyelesaikan pemilihan presiden untuk Negara Kesatuan Republik Indonesia, yang berujung pada terpilihnya kembali Presiden yang terdahulu untuk lima tahun ke depan.

Dengan adanya pemilihan kepala daerah dan kepala negara, dana kampanye partai semakin menipis, membuka peluang bisnis yang juga akan memberikan konsumsi bagi peserta kampanye yang membutuhkan perusahaan untuk menjual produk.

Meskipun tidak akan ada lagi pemilu pada tahun 2019, sempat terjadi beberapa konflik bangsa Indonesia sangat kurang terkendali secara politik, diskriminasi kepada sesama orang Papua, yang dapat merusak persatuan masyarakat Indonesia. Serta banyaknya mahasiswa memprotes kebijakan DPR atau DPR terhadap Undang-Undang Kebebasan Pribadi, dan menuduh DPR meremehkan KPK sebagai lembaga antikorupsi Indonesia yang independen.

Namun, kejadian tersebut tampaknya tidak berdampak pada bisnis kedai burger ramen tersebut. Penjualannya tetap stabil tahun ini. Bisa dikatakan bisnis tersebut tidak terpengaruh oleh kebijakan politik saat ini. di Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Ekonomi

© Data pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan II-2020 mencapai 5,05%, jauh lebih rendah dari 5,27% pada periode yang sama tahun lalu dan 5,07% pada triwulan sebelumnya.

Penyebab perlambatan ekonomi adalah pertumbuhan negatif kinerja impor dan ekspor pada tahun 2020. Selanjutnya, Indonesia belum menjadi tujuan negara untuk investasi, yang berdampak pada melambatnya investasi pada saat itu.

Walaupun demikian, hal ini tidak berpengaruh pada konsumsi rumah tangga yang terus meningkat sebesar 5,17% year-on-year, di mana industri makanan dan minuman masih meningkat sebesar 5,39% pada konsumsi rumah tangga, sedikit lebih tinggi dari 5,37% pada periode yang sama tahun lalu.

Dari data di atas dapat dikatakan bahwa meskipun terjadi perlambatan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia dan dunia, konsumsi rumah tangga khususnya industri makanan serta minuman terus tumbuh dengan mantap. Hal demikian menjadi peluang karena hal ini dapat membuat naiknya daya beli masyarakat, serta berpengaruh dalam naiknya permintaan produk yang ditawarkan oleh pelaku bisnis.

c. Sosial

Kondisi sosial dan budaya suatu negara dapat berpengaruh terhadap sebuah usaha yang sedang beroperasi. Kondisi sosial dan budaya di mana suatu masyarakat tertentu berkembang selalu berubah dari waktu ke waktu, yang mau tidak mau mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Kehadiran tren atau budaya baru di masyarakat sebagai akibat dari perubahan tersebut akan berpengaruh terhadap penjualan produk dan jasa yang ditawarkan.

Memesan makanan serta minuman melalui aplikasi online begitu populer pada saat ini, dengan memesan secara online peralatan/wadah makanan dan minuman sekali pakai yang dibutuhkan untuk menunjang bisnis.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif pada bisnis.

d. Teknologi

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini sangat memudahkan operasional bisnis mereka, yang paling membantu adalah hadirnya teknologi pembukuan digital

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang berkaitan dengan fungsi lain seperti pembuatan invoice, pajak, connecting de-stocking.

Di sisi lain, perusahaan dapat mengiklankan dan merancang situs web melalui internet dengan teknologi canggih, yang akan membuat pemasaran menjadi sangat mudah dan bermanfaat, selain itu, 95% pesanan sekarang dilakukan melalui Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknologi memberikan dampak yang sangat positif terhadap usaha ini.

e. Lingkungan

Faktor lingkungan, seperti lokasi geografis, dapat dipergunakan sebagai acuan pada saat melakukan perencanaan strategis ataupun mencoba mempengaruhi keputusan pembeli. Seorang pengusaha harus dapat mengidentifikasi lokasi strategis yang tepat sehingga mudah dijangkau, dan dapat dijangkau oleh pemasok, sehingga jalannya usaha terus berkembang dan berkelanjutan.

f. Hukum

Hukum adalah sesuatu yang wajib dijalankan oleh semua pelaku bisnis di seluruh dunia. Pengusaha tentunya wajib memahami aturan yang berlaku di suatu tempat ketika mendirikan dan menjalankan bisnis. Dalam mendirikan usaha, ada hal-hal yang harus dipenuhi agar tidak menyalahi aturan, seperti pengurusan NIB, IUMK, NPWP, dll bagi pemilik usaha.

3.4 Analisis Pesaing : Model Lima Kekuatan Porter

Analisis pesaing sangat diperlukan guna mengembangkan strategi bisnis serta menentukan posisi perusahaan di pasar. Untuk menganalisis pesaing yang ada adalah metode Lima Kekuatan Porter. Menurut Fred R. David (2017:229) *Porter's Five-Forces Model* adalah pendekatan kompetitif yang secara luas digunakan untuk mengembangkan strategi dalam banyak industri. Menurut Porter, hakikat persaingan di suatu industry tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan:

Gambar 3.1 Model Bisnis Lima Kekuatan Porter



Sumber: Fred R.David dan Forest R.David, Manajemen Strategis (2017:229)

Berikut ini adalah analisis dari model lima kekuatan Porter:

a. Persaingan antar perusahaan

Persaingan antar perusahaan, merupakan perusahaan lain yang memproduksi serta melakukan penjualan produk yang sama dalam usahanya. Hal ini dapat mengakibatkan dampak yang besar pada usaha burger ramen, karena perusahaan harus memberi keunggulan kompetitif dalam setiap aspek, dan inovasi hidangan untuk dapat bertahan di pasar.

Pesaing *Ramen Burger House* adalah *Kebab Baba Raffi* dan *Big Brothers Burger*. Ini cukup bersaing karena dua pesaing *Ramen Burger House* sudah ada dan sudah memiliki lokasi *Kebab Baba Raffi* dan *Brothers Burger*, kemudian tempat parkir mobil, cukup luas, tetapi dari segi rasa dan fasilitas, Pesaing *Ramen Burger House* semua ada kekurangannya, ini merupakan kesempatan bagi *Ramen Burger House* untuk menampilkan produk yang rasanya enak, kemudian fasilitas yang baik pula, dan tentunya harga yang bersaing untuk *Kebab Baba Raffi* dan *Big Brothers Burger*.

b. Potensi masuknya pesaing baru

Di industry ini, sangat banyak bisnis-bisnis baru bermunculan dengan berbagai inovasi untuk menjaring pemimpin pasar. Oleh sebab itu diperlukan pemasaran yang baik dan produk yang selalu berubah yang berdampak pada citra merek perusahaan yang akan terus memikat pelanggan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ramen Burger House akan terus memasarkan melalui media sosial yang intensif dan kemudian akan bekerja sama dengan food blogger agar produk tersebut lebih dikenal di pasar dan akan menganalisa pasar agar dapat memahami dinamika yang terjadi. Ancaman pesaing baru akan teratasi jika perusahaan terus memperbarui produknya dan tetap aktif mempromosikan produk.

c. Potensi pengembangan produk alternatif

Produk pengganti merupakan masalah bagi perusahaan jika mereka terus meluncurkan produk yang sama tanpa memperbarui inovasi produk mereka. Produk pengganti sering ada atau dibuat karena harga produk yang ditetapkan tinggi.

Ancaman alternatif *Ramen Burger House* cukup tinggi karena banyak individu bisa membuat produk atau usaha serupa dikarenakan cukup mudah dan tidak menghabiskan banyak uang. Karena itu, *Ramen Burger House* akan terus berinovasi dan meningkatkan upaya pemasaran untuk mengatasi ancaman produk substitusi.

d. Kekuatan tawar-menawar pemasok

Ramen Burger House memiliki banyak pemasok bahan baku, antara lain mie, ayam, telur, susu, mayonaise, sambal, kemasan dan pemasok bahan baku lainnya. Oleh sebab itu, dampak dari pemasok sangat berpengaruh, karena apabila terdapat perubahan harga atau terjadi masalah dengan pemasok, maka akan menimbulkan gangguan pada usaha ini.

Untuk itu perlu terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan pemasoknya agar harga bahan baku tetap stabil. *Ramen Burger House* juga akan menyediakan pemasok cadangan ketika pemasok utama sedang dalam kesulitan, dan operasional *Ramen Burger House* dapat beroperasi dengan baik.

e. Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen dapat menjadi tinggi jika alternatif produk dapat memenuhi kebutuhannya dengan harga yang tepat. Hal ini berarti, perlu melakukan suatu hal khusus yang membuat pelanggan tertarik dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

memobilisasi pelayanan yang sebesar-besarnya bagi pelanggan.

Soal harga, pelanggan sangat pintar dalam melakukan perbandingan harga dan rasa produk. Oleh karena itu, *Ramen Burger House* sangat mengutamakan kualitas rasa dengan harga terjangkau dengan fasilitas yang memadai.

3.5 Analisis Faktor- Faktor Kunci Sukses (*Competitive People Matrix / CPM*)

Competitive Profile Matrix menurut Fred R. David (2017:236), “*The Competitive Profile Matrix (CPM) identifies a firm’s major competitors and its particular strengths and weaknesses in relation to a sample firm’s strategic position*”. Yang artinya adalah alat manajemen strategis yang penting untuk membandingkan perusahaan dengan para pesaing di dalam sebuah industri, karena dalam analisis CPM ini perusahaan mengidentifikasi para pesaing berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang mereka miliki.

Kunci keberhasilan dalam matriks profil kompetitif meliputi masalah internal dan eksternal, sehingga peringkat mengacu pada kekuatan dan kelemahan, di mana 4 = kekuatan utama, 3 = kekuatan sekunder, 2 = kelemahan sekunder, 1 = Kelemahan utama. Beberapa faktor penentu keberhasilan penting yang dipertimbangkan oleh *Ramen Burger House* adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3. 2

Pesaing *Ramen Burger House*

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel CPM di atas memuat beberapa faktor. Setiap faktor kunci yang ada diberi beberapa nilai bobot. Semakin besar nilainya, semakin besar dampaknya. Bobot total harus satu. Kemudian peringkat tersebut merupakan penilaian 1 sampai 4 poin untuk setiap perusahaan, yang pertama berarti bahwa perusahaan tidak memiliki pengendalian yang baik terhadap faktor-faktor tersebut, dan yang keempat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki pengendalian yang baik terhadap faktor-faktor tersebut. Setelah itu skor tersebut adalah hasil dari bobot dan rating masing-masing perusahaan, dan perusahaan dengan total skor tertinggi adalah perusahaan yang sangat baik.

Oleh karena itu, bobot nilai yang diberikan didasarkan pada hasil kuisioner yang dilakukan oleh penulis dan penilaian tertulis berdasarkan ulasan

Kunci Sukses	Bobot	<i>Ramen Burger House</i>		Kebab Baba Raffi		Big Brothers Burger	
		Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat	Nilai
Cita Rasa Produk & Variasi Produk	0,150	3	0.45	3	0.45	2	0.30
Lokasi Strategis	0,142	4	0,568	4	0.568	3	0.426
Harga	0,144	2	0.288	4	0.576	3	0.432
Merek Terkenal	0,117	2	0.234	4	0.468	4	0.468
Kenyamanan Tempat	0,153	4	0.612	4	0.612	3	0.459
Pelatihan SDM	0,148	3	0.444	3	0.444	3	0.444
Fasilitas	0,146	3	0.438	3	0.438	2	0.292
TOTAL	1		3.034		3.556		2.819

konsumen dilihat dari website zomato. Berikut penjelasan tentang lokasi pesaing *Ramen Burger House* :



a. Rasa Produk dan Variasi Produk

C Rasa produk dan variasi produk sangat penting, karena jika memiliki rasa yang unik akan mengungguli penjual lain dengan produk yang beragam, sehingga memudahkan pelanggan untuk bosan saat menikmati apa yang mereka tawarkan. Menurut survei yang dilaksanakan, faktor rasa dan variasi produk memiliki bobot 0,150, bobot tertinggi kedua. Sementara rasa produk dan variasi produk menjadi salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen terhadap produk dari *Ramen Burger House*, ada faktor lain yang menentukan keberhasilan suatu bisnis.

Ramen Burger House dalam skala ini, mencetak 3, Kebab Baba Raffi 3 dan Big Brothers Burger dikarenakan makanan dan minuman yang dijual dari tempat tersebut lebih menjemukan dan biasa saja, dan seringkali tidak maksimal.

b. Lokasi strategis

Lokasi yang strategis menjadi salah satu hal yang cukup penting, hal tersebut membuat pelanggan akan malas datang ke lokasi jika kesulitan mencari lokasi dari lokasi tersebut. Selain itu, apabila lahan yang digunakan untuk tempat parkir tidak dapat menampung kendaraan yang akan berkunjung, membuat konsumen juga akan malas untuk berkunjung.

Nilai *Ramen Burger House* adalah 4 yang sama dengan Kebab Baba Raffi, dan nilai Big Brothers Burger adalah 3, karena lokasi *Ramen Burger House* dekat dengan gerbang utama jalan raya, sedangkan Kebab Baba Raffi berikutnya ke jalan utama dan Big Brothers Burger dekat dengan gerbang, Hanya saja harus masuk lebih dalam, yang mempersulit calon klien untuk menemukannya. Selain itu, tempat parkir mobil di *Ramen Burger House* tidak terlalu luas karena tempat parkir mobil *Ramen Burger House* terhubung dengan bisnis lain di sebelahnya. Sementara itu, Kebab Baba Raffi memiliki parkir yang lumayan luas.

c. Harga

Harga adalah faktor utama serta menjadi pertimbangan pelanggan dalam membeli suatu produk. *Ramen Burger House* mendapat nomor 2 yang berbeda dengan Kebab Baba Raffi yaitu 4 dikarenakan harga yang relatif murah, sedangkan Big Brothers Burger mendapat nomor 3.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Merek terkenal

Merek menjadi sesuatu aspek penting dari sebuah produk, dan merek dapat menjadi nilai tambah untuk suatu produk atau jasa. Hal tersebut akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, sehingga perusahaan akan berusaha untuk terus meluncurkan mereknya. Faktor merek terkenal *Ramen Burger House* memiliki nilai 2 dibanding para pesaingnya. Mungkin ini terasa wajar saja, karena kompetitor sudah lebih lama berbisnis dan mereknya harus lebih dikenal masyarakat.

e. Tempat yang nyaman

Suatu bisnis harus mempunyai tempat yang dapat memberikan kenyamanan bagi pelanggan karena ini menarik pembeli untuk mengunjungi bisnis kami. Dari survey penulis didapatkan bobot faktor tempat nyaman sebesar 0,153 yang merupakan yang tertinggi diantara faktor lainnya. *Ramen Burger House* dan *Kebab Baba Raffi* mencetak 4 poin dan *Big Brothers Burger* mencetak 3 poin. Cara ini menciptakan suasana kekeluargaan dan membuat klien lebih nyaman.

f. Sumber daya manusia yang terlatih

Tenaga kerja yang kurang berkompeten akan mengganggu kelancaran bisnis karena layanan pelanggan tidak hanya penting tetapi juga penting bagi bisnis. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan dengan baik agar bisnis disini berjalan lancar *Ramen Burger House* meraih juara ketiga karena tidak banyak perbedaan dalam pelayanan, namun *Ramen Burger House* akan terus meningkatkan kualitas sumber daya agar dapat memberikan pelayanan yang baik dari sebelumnya.

g. Fasilitas

Fasilitas merupakan hal yang diperhatikan dalam suatu bisnis, karena apabila fasilitas yang diberikan juga baik maka kenyamanan konsumen akan terbangun. *Ramen Burger House* mendapat poin 3 kompetisi karena *Ramen Burger House* akan menawarkan berbagai fasilitas termasuk fasilitas internet yang cepat, outlet pengisian daya, dan pilihan permainan papan. *Kebab Baba Raffi* mendapat nilai 3 karena hanya menawarkan fasilitas internet yang cukup cepat dan outlet hanya untuk segelintir orang, dan *Big Brothers Burger* mendapat nilai 2 karena memiliki socket Wi-Fi yang relatif lambat dan terbatas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3.6 Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal (SWOT Analysis)

Menurut David (2006:47), analisis SWOT merupakan suatu penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan. Ini dapat menjadi suatu cara untuk memantau faktor lingkungan, baik eksternal maupun internal perusahaan.

Berikut adalah analisis SWOT untuk *Ramen Burger House* :

a. Kekuatan

a. *Ramen Burger House* menawarkan berbagai macam burger dengan rasa yang unik, mulai dari beef burger ramen, chicken burger ramen, tempe burger ramen, fish burger ramen, lamb burger ramen, hingga minuman segar. Meski ada menu makanan yang cukup identik dengan pesaingnya, *Ramen Burger House* bisa menjamin cita rasa makanan dan minumannya. Jika rasanya kuat, kualitasnya juga bagus. Dengan menjamin kualitas produk, menghasilkan makanan dan minuman yang lezat. Selain itu, Burger House Ramen tidak dapat dijumpai di tempat lain dikarenakan makanan ini hanya dibuat oleh penulis sendiri, sehingga makanan ini dapat dibedakan dari tempat lain.

b. *Ramen Burger House* berlokasi ideal karena dekat dengan pintu masuk utama di jalan utama. Banyak juga perkantoran, sekolah, pusat perbelanjaan, tempat ibadah dan perumahan di kawasan tersebut. Selain itu, area parkirnya cukup luas sehingga mempermudah pelanggan untuk parkir.

c. Tempat atau lokasi dari *Ramen Burger House* pastinya nyaman, mempunyai ruangan indoor dan outdoor. Area outdoor dapat dijadikan sebagai smoking area agar asapnya tidak mengganggu pelanggan lain.

d. Mempunyai sumber daya manusia yang terlatih.

e. Menawarkan promosi semenarik mungkin.

f. *Ramen Burger House* memiliki banyak fasilitas, seperti Wi-Fi cepat, dan pilihan permainan.

b. Kelemahan

a. *Ramen Burger House* belum memiliki brand name yang bagus dan belum

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



begitu dikenal masyarakat luas, sehingga hal ini akan membuat *Ramen Burger House* kalah bersaing dengan para rival lamanya.

b. Sendi burger ramen juga kurang pengalaman manajemen dikarenakan mereka hanya tahu teori dan hal-hal sederhana.

c. Peluang

a. Di Pontianak, banyak orang suka yang menghabiskan waktu di restoran, termasuk anak sekolah yang baru pulang sekolah, dan sering kali pergi ke restoran bersama teman-temannya.

b. Terdapat inovasi baru dalam menu di *Ramen Burger House*, sehingga pelanggan dapat menikmati cita rasa makanan baru.

c. *Ramen Burger House* memanfaatkan perkembangan teknologi, sehingga lebih mudah untuk diproduksi dan dipromosikan. Pesatnya perkembangan teknologi seperti gadget dan media sosial menjadi peluang untuk kedai burger ramen agar dapat mempromosikan dan memperkenalkan kedai burger ramen melalui dunia maya untuk menarik konsumen.

d. *Ramen Burger House* akan bermitra dengan beberapa aplikasi online untuk membuat produk lebih mudah diakses oleh pelanggan, seperti Gofood Go-Jek dan GrabFood Grab. Hal ini dijalankan agar produk lebih mudah dijangkau oleh masyarakat.

e. *Ramen Burger House* akan menawarkan beberapa metode pembayaran agar lebih nyaman bagi konsumen yang tidak membawa banyak uang tunai.

d. Ancaman (threat)

a. Bisnis seperti *Ramen Burger House* dapat dengan mudah memasukkan pesaing baru dan mereka harus memiliki produk yang inovatif dan lebih menarik.

b. Sudah banyak restoran di Pontianak yang menjual mie dan burger, jadi promosinya harus lebih kuat.

c. Selera orang dapat berubah, maka kita wajib mengikuti perkembangan makanan agar bisa memuaskan selera orang.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 3

SWOT Matrix *Ramen Burger House*

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
<p>Internal</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>1. Memiliki berbagai macam rasa dan produk.</p> <p>2. Memiliki lokasi yang strategis.</p> <p>3. Memiliki tempat yang nyaman.</p> <p>4. Sumber daya manusia terlatih dengan baik.</p> <p>5. Promosi yang menarik.</p> <p>6. Fasilitas yang memadai.</p>	<p>1. Merek yang tidak banyak orang ketahui.</p> <p>2. Kurangnya pengalaman manajemen.</p>
External	Strategi SO	Strategi WO
<p>Opportunities (O)</p> <p>1. Peluang bisnis yang bagus karena gaya hidup masyarakat adalah menghabiskan waktu di luar ruangan.</p> <p>2. Inovasi yang berbeda dalam berbagai produk makanan.</p> <p>3. Perkembangan teknologi.</p> <p>4. Banyaknya aplikasi online dimana produk mudah didapat.</p> <p>5. Berikan beberapa metode membayar.</p>	<p>1. Menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok dan pelanggan. (S1,S4,O1)</p> <p>2. Menyajikan produk dengan bahan baku unggulan, sekaligus terus berinovasi. (S1.O2)</p> <p>3. Layanan yang luar biasa dan publisitas yang kuat. (S4,O3)</p> <p>4. Gunakan Ovo, Gopay, dan metode pembayaran lainnya dana. (S5,04,05)</p> <p>5. Tata letak struktural dan desain interior agar nyaman dan menarik. (S2,S3,O1,O2)</p> <p>6. Dengan GoFood dan Ambil makanan. (S5,03,04)</p>	<p>1. Mempromosikan dengan gencar agar merek lebih dikenal oleh masyarakat. (W1.03)</p> <p>2. Melaksanakan pelatihan yang serius agar pengelolaan berjalan dengan baik. (W3.02)</p>
Threat (T)	Strategi ST	Strategi WT
<p>1. Ancaman dari pesaing lain mengikuti filosofi bisnis ini.</p>	<p>1. Tonjalkan keunikan produk yang membedakannya dengan kompetitor.</p>	<p>1. Setiap karyawan memiliki pengetahuan manajemen untuk tidak kalah bersaing dengan kompetitor, dan dievaluasi secara</p>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>2. Telah banyak pesaing yang membuka restoran sejenis.</p> <p>3. Perubahan selera masyarakat.</p>	<p>(S1,T1,T2)</p> <p>2. Sajikan sesuai dengan prosedur operasi standar yang ditetapkan, awasi makanan dan buat orang tertarik. (S1,S4,T3)</p> <p>3. Menawarkan berbagai promosi. (S5,T2)</p>	<p>harian/mingguan/bulanan. (W2,T1)</p> <p>2. Bangun citra yang baik untuk produk akhir. (W1,T1,T2)</p>
--	--	---

Penjelasan matriks SWOT:

1. Strategi S-O.

a. S1, S4, O1

Ramen Burger House akan bekerja sama dengan beberapa pemasok reguler agar dapat menjaga kualitas bahan baku tidak berubah serta menjaga harga akhir yang ditetapkan kepada pelanggan dalam kisaran yang terjangkau. Membangun relasi yang baik dengan pemasok dapat mempermudah *Ramen Burger House* untuk mendapatkan bahan baku yang lebih fresh dan terlengkap.

b. S1.02

Menghadirkan produk dengan komposisi bahan utama yang terbaik, menjaga produk yang akan diberikan kepada konsumen tetap bersih dan higienis. Dan bahan utama yang baik juga dapat mempengaruhi rasa dari makanan serta minuman itu sendiri. *Ramen Burger House* juga akan terus melakukan inovasi produknya agar selalu disukai oleh konsumen.

c. S3,S4,O3

Seiring berkembangnya teknologi, peralatan mesin terbaru seperti blender dan freezer dengan fitur serta manfaat yang akan memudahkan penyajian produk yang membuat konsumen tidak banyak menunggu. *Ramen Burger House* akan menggunakan media sosial untuk sarana promosi agar menarik lebih banyak pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. S5,04,05

Ramen Burger House akan menawarkan beberapa cara transaksi yaitu dengan Gopay, Ovo dan Dana. Hal ini dirancang agar memudahkan pelanggan untuk tidak membawa banyak uang tunai, dan dengan metode pembayaran ini konsumen akan mendapatkan keuntungan dari banyak promosi dan cashback yang ditawarkan.

e. S2, S3, O1, O2

Tata letak dan desain interior akan meningkatkan kenyamanan sebuah ruangan atau tempat. Desain interior yang diberikan oleh *Ramen Burger House* mengusung konsep Instagram family friendly, yang selanjutnya didukung dengan desain mural. Kemudian ada smoking area bagi wisatawan yang merokok agar tidak mengganggu wisatawan yang tidak merokok dan menciptakan suasana kekeluargaan. pengunjung lain.

f. S5.03.04

Ramen Burger House direncanakan akan menjalin kerja sama dengan Gofood dari Go-Jek dan Grabfood dari Grab. Kerja sama ini juga memudahkan pelanggan mendapatkan produk *Ramen Burger House* tanpa mengunjungi toko secara fisik. Selain itu, aplikasi nota pengiriman menawarkan berbagai diskon dan promosi untuk meningkatkan penjualan dan menyebarkan bisnis dengan lebih mudah, sehingga membuat informasi menyebar lebih luas.

2. Stategi W-O

a. W1.03

Ramen Burger House akan dipromosikan melalui media sosial, platform memasak, serta Gofood dan Grabfood. Teknologi yang sedang berkembang saat ini akan memudahkan kedai burger ramen untuk menjalankan promosi yang akan cepat dikomunikasikan bagi konsumen melalui aplikasi online. Dengan ini akan memudahkan untuk membawa *Ramen Burger House* ke pasar. Selain itu, aplikasi online sangat mempermudah pelanggan dapat menikmati produk dari *Ramen Burger House* dengan mudah. Dengan adanya internet mempermudah banyak orang untuk menemukan *Ramen Burger House* di platform makanan seperti Foody dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Zomato. Biar *Ramen Burger House* lebih cepat dikenal masyarakat.

b. W3.02

Ramen Burger House akan aktif mengikuti pelatihan yang ada agar manajemen *Ramen Burger House* kelak dapat menjadi lebih baik di masa mendatang.

3. Strategi ST

a. S1,T1,T2

Memberikan informasi tentang rekomendasi makanan utama Restoran *Ramen Burger House* kepada wisatawan yang berkunjung, agar wisatawan dapat memahami produk-produk khas Restoran *Ramen Burger House* .

b. S1, S4, T3

Memberi layanan yang terbaik di *Ramen Burger House* sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku, meningkatkan mutu produk dan pelayanan yang baik agar dapat membangun loyalitas pelanggan dan citra merek yang positif. Menawarkan pelayanan yang baik melalui produk yang berkualitas dan penawaran harga yang terjangkau, pelanggan tidak akan kecewa ketika berkunjung ke *Ramen Burger House* .Selain itu, penulis akan merespon perubahan selera konsumen dengan melakukan penelitian terhadap suatu makanan atau minuman yang akan dikembangkan di kemudian hari agar tetap dapat disesuaikan dengan selera konsumen.

c. S5, T2

Ramen Burger House merancang strategi promosi khususnya harga untuk menarik konsumen datang dan menyeimbangkannya dengan mutu produk serta memberikan pelayanan yang terbaik, sehingga tercipta loyalitas konsumen.

4. Strategi WT

a. W1.03

Ramen Burger House akan dipromosikan melalui media sosial,

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



platform memasak, serta Gofood dan Grabfood. Teknologi yang sedang berkembang saat ini akan memudahkan kedai burger ramen untuk menjalankan promosi yang akan cepat dikomunikasikan untuk konsumen melalui aplikasi daring yang telah tersedia. Hal tersebut akan membawa *Ramen Burger House* ke pasar. Selain itu, aplikasi online ini sangat membantu konsumen untuk dapat menikmati produk dari *Ramen Burger House* dengan mudah. Selain itu, kemudahan internet akan mempermudah calon konsumen untuk menemukan *Ramen Burger House* di platform makanan seperti Foody dan Zomato. Biar *Ramen Burger House* lebih cepat dikenal masyarakat.

b. W3.02

Ramen Burger House akan aktif mengikuti pelatihan yang ada agar manajemen *Ramen Burger House* dapat menjadi lebih baik lagi dikemudian hari.

5. Strategi ST

a. S1,T1,T2

Memberi rekomendasi makanan utama Restoran *Ramen Burger House* kepada wisatawan yang berkunjung, agar wisatawan dapat memahami produk-produk khas Restoran *Ramen Burger House* .

b. S1, S4, T3

Memberikan pelayanan yang baik di *Ramen Burger House* sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku, meningkatkan mutu produk serta pelayanan yang lebih baik untuk membangun loyalitas pelanggan dan citra merek yang baik. Menawarkan layanan yang baik melalui produk yang berkualitas dan penawaran harga yang cukup terjangkau. Selain itu, penulis akan merespon perubahan selera konsumen dengan melakukan penelitian terhadap makanan atau minuman yang dikembangkan kedepannya agar tetap dapat disesuaikan dengan selera konsumen.

c. S5, T2

Ramen Burger House merancang strategi promosi terutama harga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

untuk menarik konsumen dan menyeimbangkannya dengan mutu produk dan pelayanan yang terbaik agar dapat membangun loyalitas konsumen. Manajemen bisnis dan pesaing akan dinilai. Pesaing yang sudah ada sebelumnya harus memiliki pengalaman dalam bisnis yang relevan. Melakukan performance review dan mengamati kompetitor merupakan strategi yang akan dijalankan oleh *Ramen Burger House* untuk memperoleh informasi kompetitor. Penting juga untuk menilai ekonomi manajemen bisnis, daya tawar pemasok, karyawan, dan konsumen agar dapat membuat kondisi bisnis yang stabil dan menjaga kerjasama dengan pemasok dalam kondisi yang menguntungkan tanpa membuat rugi pelanggan yang menghabiskan uang untuk produk. Rumah Burger Ramen. Penting untuk meningkatkan kualitas pekerja karena melibatkan perilaku langsung terhadap konsumen dan strategi tersebut dapat untuk mengidentifikasi area untuk perbaikan karena berdampak pada citra bisnis di masyarakat.

d. W1,T1,T2

Ramen Burger House akan menggunakan influencer food blogger yang akan diajak untuk menaikkan brand awareness dan meningkatkan citra bisnis untuk menarik konsumen. Dengan menggunakan blogger makanan yang sudah terkenal untuk publisitas akan menaikkan citra bisnis agar lebih dikenal oleh konsumen.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk/ Jasa yang Dihasilkan

a. Produk

Ramen Burger House menawarkan berbagai macam *Ramen Burger House* berbahan dasar mie dan burger yang berbeda dengan burger lainnya. Produk yang dijual *Ramen Burger House* adalah barang konsumsi, tetapi bukan barang tahan lama (non-durable goods). Berikut sajian dari *Ramen Burger House* :

No	Jenis Produk	Deskripsi	Gambar Produk
1.	<i>Ramen Burger House</i> Ayam	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian daging ayam yang dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 <p>Sumber: https://cookpad.com/</p>
2.	<i>Ramen Burger House</i> Ikan	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian ikan yang dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 <p>Sumber: https://cookpad.com/</p>
3.	<i>Ramen Burger House</i> Tempe	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian tempe yang diolah dan dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 <p>Sumber: https://cookpad.com/</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

4.	<i>Ramen Burger House Kambing</i>	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian daging kambing yang dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 Sumber: https://cookpad.com/
5.	<i>Ramen Burger House Jamur</i>	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian jamur yang dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 Sumber: https://cookpad.com/
6.	<i>Ramen Burger House Sapi</i>	<i>Ramen Burger House</i> dengan isian daging sapi yang dihaluskan, ditambah lembaran keju dan sayur-sayuran	 Sumber: https://cookpad.com/

b. Harga Produk

Ramen Burger House memproduksi *Ramen Burger House* mulai dari Rp. 55.000,- yang tertinggi Rp. 70.000,- Berikut daftar harga produk *Ramen Burger House* dan harga kompetitor:

Tabel 4. 1

Harga *Ramen Burger House* (dalam Rupiah)

No	Nama Produk	Harga		
		<i>Ramen Burger House</i>	Kebab Baba Raffi	Big Brothers Burger



1	Ramen Burger House Ayam	55.000		
2	Ramen Burger House Ikan	55.000		
3	Ramen Burger House Tempe	55.000		
4	Ramen Burger House Kambing	55.000		
5	Ramen Burger House Jamur	55.000		
6	Ramen Burger House Sapi	70.000	82.000	75.000

Sumber: *Ramen Burger House*

c. Kemasan Produk

Pengemasan produk merupakan hal penting dalam proses pemasaran dan distribusi produk. Ukuran kemasan menyesuaikan sehingga mampu menampung *Ramen Burger House* sebanyak 1 pcs, kemasan *Ramen Burger House* terbuat dari karton box dikustom dengan full print agar lebih menarik.

Pada kemasan mencantumkan nama *Ramen Burger House*. Agar konsumen menjadi lebih mudah mengingat dan bisa mengikuti akun social media *Ramen Burger House*. Pada kemasan empat sisinya terdapat dua lubang kecil yang menjadi tempat ventilasi udara agar produk yang dimasukkan selagi hangat tidak lembab.

Sebelum dimasukkan dos/kotak, *Ramen Burger House* yang sudah selesai diproses, di kemas terlebih dahulu dengan kertas minyak, yang maksudnya dapat menyerap minyak, kertas putih tersebut membuatnya terlihat bersih dan mencegah sisa minyak keluar. Dalam hal ini *Ramen Burger House* telah membentuk desain kemasan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4. 1

Ramen Burger House Kemasan Produk



Sumber: *Ramen Burger House*

Selama *Ramen Burger House* menjalankan bisnisnya, produk dan layanan akan diperbarui di mana layanan yang baik akan memberikan nilai tambah sehingga menambah loyalitas. Pelanggan menerima layanan terbaik dari masuk hingga keluar dari restoran *Ramen Burger House*. Karena dengan memberikan pelayanan terbaik, kepuasan pelanggan *Ramen Burger House* meningkat.

Ramen Burger House memiliki logo komersial yang merupakan tanda penjualan tidak langsung, tetapi memberikan identitas dan menjadikan pelanggan mengingat dengan adanya logo tersebut., dan perusahaan menjalankan kegiatan bisnis dengan logo perusahaan yang berbeda sebagai identitas pembeda. Gambar berikut merupakan logo usaha restoran *Ramen Burger House*:

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4. 2

Logo *Ramen Burger House*



Sumber: *Ramen Burger House*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 4.2 adalah logo *Ramen Burger House*, latar belakang penulis memilih warna hitam, mengubah bentuk meatloaf menjadi mie ramen, menggambarkan produk yang dijual, warna dasar hitam memberikan kesan elegan, berkelas, puas, dan bertenaga. . Kuning adalah warna yang menyampaikan kegembiraan dan optimisme. Penggunaan warna kuning mudah diperhatikan karena menonjol dibandingkan warna primer lainnya. Kuning melambangkan jiwa muda yang penuh kreativitas. dan menimbulkan keinginan untuk makan. Tergantung pada negara asal, font nama merek menggunakan elemen Jepang.

Slogan *Ramen Burger House* adalah "If you eat good, you feel good". Itu berarti setiap gigitan burger ramen memiliki seribu perasaan menyenangkan.

4.2 Tinjauan Pasar

Permintaan Pasar menurut Kotler dan Keller (2016: 109), adalah "*Market demand is the marketer's first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand*". Yang artinya permintaan pasar adalah Langkah

pertama pemasar dalam mengevaluasi peluang pemasaran adalah memperkirakan total permintaan pasar. Berikut prakiraan penjualan *Ramen Burger House* tahun 2022:

Tabel 4. 2
Peramalan Penjualan *Ramen Burger House* (box)

Hari	Varian Produk					
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi
	(Box)	(Box)	(Box)	(Box)	(Box)	(Box)
Minggu	1	1	1	1	1	1
Senin	1	1	1	1	1	1
Selasa	1	1	1	1	1	1
Rabu	1	1	1	1	1	1
Kamis	1	2	1	1	1	1
Jumat	1	1	1	2	1	1
Sabtu	1	1	1	2	1	2
Total /Minggu	7	8	7	9	7	8
Total / Bulan	28	32	28	36	28	32

Sumber: *Ramen Burger House*

Misalkan 3 pelanggan berkunjung setiap 1 jam dari Senin sampai Rabu. Jumlah pelanggan diharapkan menjadi 24 dalam waktu 8 jam. Sedangkan pada hari Kamis dan Jumat, mengharapkan 4 pelanggan dalam 1 jam dan 32 pelanggan dalam 8 jam. 35 pada hari Sabtu dan 35 pada hari Minggu. Perhitungan mingguan dan bulanan dapat dilihat pada tabel di atas.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 3

Peramalan Penjualan *Ramen Burger House* (box)

Hari	Varian Produk					
	Ayam (Box)	Ikan (Box)	Tempe (Box)	Kambing (Box)	Jamur (Box)	Sapi (Box)
Minggu	32	35	30	28	10	40
Senin	32	35	30	28	10	40
Selasa	32	35	30	28	10	40
Rabu	38	40	35	30	14	45
Kamis	40	45	40	30	15	50
Jumat	48	50	45	40	25	65
Sabtu	43	45	40	35	20	55
Total Per Minggu	265	285	250	219	104	335
Total Per Bulan	1060	1140	1000	876	416	1340

Sumber: *Ramen Burger House*

Misalkan 3 pelanggan datang setiap 1 jam dari Senin sampai Rabu. Diperkirakan ada sebanyak 36 pelanggan dalam kurun waktu 12 jam. Sementara itu, pada Kamis dan Jumat, diharapkan empat pelanggan dalam satu jam dan 48 pelanggan dalam periode 12 jam. 72 pada hari Sabtu dan 60 pada hari Minggu. Berikut prakiraan penjualan untuk tahun 2022:

Tabel 4. 4

Peramalan Penjualan tahun 2022 (box)

Bulan	Variasi Produk						Total Per Bulan
	Ayam (Box)	Ikan (Box)	Tempe (Box)	Kambing (Box)	Jamur (Box)	Sapi (Box)	
Januari	1060	1140	1000	876	416	1340	5832
Februari	1060	1140	1000	876	104	1340	5520

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Maret	1272	1140	1200	1051	125	1608	6396
April	1018	1140	960	841	100	1286	5345
Mei	814	1140	768	673	80	1029	4504
Juni	895	1140	845	740	88	1132	4840
Juli	985	1140	929	814	97	1245	5210
Agustus	1182	1140	1115	977	116	1494	6024
September	1241	1140	1171	1026	122	1569	6269
Oktober	1303	1140	1229	1077	128	1647	6525
November	1499	1140	1414	1239	147	1895	7333
Desember	1723	1140	1626	1424	169	2179	8262
Total Per Tahun (2022)							72059

Sumber: *Ramen Burger House*

Katakanlah penjualan April dan Mei turun karena bulan ini Ramadhan, sedangkan bulan-bulan seperti Juni meningkat.

Berikut prakiraan penjualan semua model *Ramen Burger House* tahun 2023-2026

Tabel 4.5

Peramalan Penjualan tahun 2023-2026

Tahun	Varian Produk						Total Per Tahun
	Ayam (Box)	Ikan (Box)	Tempe (Box)	Kambing (Box)	Jamur (Box)	Sapi (Box)	
2023	14583	12775	15458	15048	19541	1860	79265
2024	16041	14052	17004	16553	21495	2046	87192
2025	17646	15457	18704	18208	23645	2250	95911
2026	19410	17003	20575	20029	26009	2475	105502

Diasumsikan kenaikan setiap varian produk sebesar 10% dari rata-rata kenaikan inflasi dan pertumbuhan ekonomi kota Pontianak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 6

Anggaran Penjualan Tahun 2022 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	
Januari	24.250.000	13.402.800	18.020.000	19.380.000	17.047.778	2.329.600	94.430.178
Februari	24.250.000	13.402.800	18.020.000	19.380.000	17.047.778	582.400	92.682.978
Maret	29.100.000	16.083.360	21.624.000	19.380.000	20.457.333	698.880	107.343.573
April	23.280.000	12.866.688	17.299.200	19.380.000	16.365.867	559.104	89.750.859
Mei	18.624.000	10.293.350	13.839.360	19.380.000	13.092.693	447.283	75.676.687
Juni	20.486.400	11.322.685	15.223.296	19.380.000	14.401.963	492.012	81.306.356
Juli	22.535.040	12.454.954	16.745.626	19.380.000	15.842.159	541.213	87.498.991
Agustus	27.042.048	14.945.945	20.094.751	19.380.000	19.010.591	649.455	101.122.789
September	28.394.150	15.693.242	21.099.488	19.380.000	19.961.120	681.928	105.209.929
Oktober	29.813.858	16.477.904	22.154.463	19.380.000	20.959.176	716.024	109.501.425
November	34.285.937	18.949.590	25.477.632	19.380.000	24.103.053	823.428	123.019.639
Desember	39.428.827	21.792.028	29.299.277	19.380.000	27.718.511	946.942	138.565.585
Total Per Tahun (2022)							1.206.108.989

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 4. 7

Anggaran Penjualan Tahun 2023 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	
Januari	26.675.000	14.743.080	19.822.000	21.318.000	18.752.556	2.562.560	103.873.196
Februari	26.675.000	14.743.080	19.822.000	21.318.000	18.752.556	640.640	101.951.276
Maret	32.010.000	17.691.696	23.786.400	21.318.000	22.503.067	768.768	118.077.931
April	25.608.000	14.153.357	19.029.120	21.318.000	18.002.453	615.014	98.725.945
Mei	20.486.400	11.322.685	15.223.296	21.318.000	14.401.963	492.012	83.244.356
Juni	22.535.040	12.454.954	16.745.626	21.318.000	15.842.159	541.213	89.436.991
Juli	24.788.544	13.700.449	18.420.188	21.318.000	17.426.375	595.334	96.248.890
Agustus	29.746.253	16.440.539	22.104.226	21.318.000	20.911.650	714.401	111.235.068
September	31.233.565	17.262.566	23.209.437	21.318.000	21.957.232	750.121	115.730.922
Oktober	32.795.244	18.125.695	24.369.909	21.318.000	23.055.094	787.627	120.451.568
November	37.714.530	20.844.549	28.025.395	21.318.000	26.513.358	905.771	135.321.603
Desember	43.371.710	23.971.231	32.229.205	21.318.000	30.490.362	1.041.636	152.422.144

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Total Per Tahun (2023)	1.326.719.888
-------------------------------	----------------------

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 4. 8

Anggaran Penjualan Tahun 2024 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Ayam Rupiah	Ikan Rupiah	Tempe Rupiah	Kambing Rupiah	Jamur Rupiah	Sapi Rupiah	
Januari	29.342.500	16.217.388	21.804.200	23.449.800	20.627.811	2.818.816	114.260.515
Februari	29.342.500	16.217.388	21.804.200	23.449.800	20.627.811	704.704	112.146.403
Maret	35.211.000	19.460.866	26.165.040	23.449.800	24.753.373	845.645	129.885.724
April	28.168.800	15.568.692	20.932.032	23.449.800	19.802.699	676.516	108.598.539
Mei	22.535.040	12.454.954	16.745.626	23.449.800	15.842.159	541.213	91.568.791
Juni	24.788.544	13.700.449	18.420.188	23.449.800	17.426.375	595.334	98.380.690
Juli	27.267.398	15.070.494	20.262.207	23.449.800	19.169.012	654.867	105.873.779
Agustus	32.720.878	18.084.593	24.314.648	23.449.800	23.002.815	785.841	122.358.575
September	34.356.922	18.988.823	25.530.381	23.449.800	24.152.956	825.133	127.304.014
Oktober	36.074.768	19.938.264	26.806.900	23.449.800	25.360.603	866.389	132.496.725
November	41.485.983	22.929.004	30.827.935	23.449.800	29.164.694	996.348	148.853.763
Desember	47.708.881	26.368.354	35.452.125	23.449.800	33.539.398	1.145.800	167.664.358
Total Per Tahun (2024)							1.459.391.877

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 4. 9

Anggaran Penjualan Tahun 2025 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Aym Rupiah	Ikan Rupiah	Tempe Rupiah	Kambing Rupiah	Jamur Rupiah	Sapi Rupiah	
Januari	32.276.750	17.839.127	23.984.620	25.794.780	22.690.592	3.100.698	125.686.567
Februari	32.276.750	17.839.127	23.984.620	25.794.780	22.690.592	775.174	123.361.043
Maret	38.732.100	21.406.952	28.781.544	25.794.780	27.228.711	930.209	142.874.296
April	30.985.680	17.125.562	23.025.235	25.794.780	21.782.969	744.167	119.458.393
Mei	24.788.544	13.700.449	18.420.188	25.794.780	17.426.375	595.334	100.725.670
Juni	27.267.398	15.070.494	20.262.207	25.794.780	19.169.012	654.867	108.218.759
Juli	29.994.138	16.577.544	22.288.428	25.794.780	21.085.914	720.354	116.461.157
Agustus	35.992.966	19.893.053	26.746.113	25.794.780	25.303.096	864.425	134.594.433
Septembe	37.792.614	20.887.705	28.083.419	25.794.780	26.568.251	907.646	140.034.415

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



r							
Oktober	39.682.245	21.932.090	29.487.590	25.794.780	27.896.664	953.028	145.746.397
November	45.634.582	25.221.904	33.910.728	25.794.780	32.081.163	1.095.983	163.739.140
Desember	52.479.769	29.005.190	38.997.338	25.794.780	36.893.338	1.260.380	184.430.794
Total Per Tahun (2025)							1.605.331.065

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 4. 10

Anggaran Penjualan Tahun 2026 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	
Januari	35.504.425	19.623.039	26.383.082	28.374.258	24.959.651	3.410.767	138.255.223
Februari	35.504.425	19.623.039	26.383.082	28.374.258	24.959.651	852.692	135.697.148
Maret	42.605.310	23.547.647	31.659.698	28.374.258	29.951.582	1.023.230	157.161.726
April	34.084.248	18.838.118	25.327.759	28.374.258	23.961.265	818.584	131.404.232
Mei	27.267.398	15.070.494	20.262.207	28.374.258	19.169.012	654.867	110.798.237
Juni	29.994.138	16.577.544	22.288.428	28.374.258	21.085.914	720.354	119.040.635
Juli	32.993.552	18.235.298	24.517.270	28.374.258	23.194.505	792.389	128.107.273
Agustus	39.592.262	21.882.358	29.420.725	28.374.258	27.833.406	950.867	148.053.876
September	41.571.876	22.976.476	30.891.761	28.374.258	29.225.076	998.411	154.037.857
Oktober	43.650.469	24.125.299	32.436.349	28.374.258	30.686.330	1.048.331	160.321.037
November	50.198.040	27.744.094	37.301.801	28.374.258	35.289.279	1.205.581	180.113.054
Desember	57.727.746	31.905.708	42.897.071	28.374.258	40.582.671	1.386.418	202.873.873
Total Per Tahun (2026)							1.765.864.171

Sumber: *Ramen Burger House*

Berdasarkan interpretasi ramalan penjualan *Ramen Burger House* berdasarkan Tabel 4.6 sampai dengan 4.10 yaitu :

1. Tidak ada penjualan yang signifikan di bulan Januari dan Februari karena masih dalam tahap awal pembukaan.
2. Penjualan mulai tumbuh 20% di bulan Maret seiring dengan tumbuhnya kesadaran merek.
3. Penjualan naik 10% di bulan April, didorong oleh kepercayaan pada kualitas produk yang ditawarkan, harga terjangkau, layanan terbaik, dan citra merek yang semakin dikenal publik.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Penjualan di bulan April dan Mei turun, katakanlah 20%, dan hari libur panjang banyak keluarga yang pergi keluar kota Pontianak.
5. Penjualan di bulan Mei, Mei, Juni, Juli, dan Agustus meningkat 10% hingga 20%, karena kegiatan liburan sudah selesai.
6. Penjualan naik 5% di bulan September dan Oktober karena promosi besar-besaran di *Ramen Burger House*.
7. Penjualan naik 15% di bulan November dan Desember karena promosi akhir tahun.
8. Asumsikan bahwa penjualan meningkat 10% per tahun karena inflasi dan pertumbuhan ekonomi.

4.3 Target Pasar yang Dituju

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah segmen yang lebih kecil. Memiliki karakteristik berbeda yang memerlukan strategi yang berbeda dalam pemasarannya. Segmen pasar konsumen memiliki beberapa sektor:

b. Segmentasi geografis

Mengacu secara geografis, *Ramen Burger House* berlokasi di Jl, Sumatera. 18 Pontianak. Penulis memilih lokasi ini karena daerahnya padat penduduk dan letaknya sangat strategis. Ada cukup banyak lalu lintas kendaraan dan lokasinya mudah dijangkau dan mudah ditemukan. Selain itu, lokasi *Ramen Burger House* juga dekat dengan perkantoran, sekolah, tempat tinggal, rumah sakit dan pusat perbelanjaan.

c. Segmentasi populasi

Dalam segmen ini dibagi menjadi variabel seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, dan pendapatan. Target pasar *Ramen Burger House* adalah konsumen berusia 15-35 tahun, termasuk pria dan wanita SMP dan sederajat, perguruan tinggi, karyawan atau pengusaha, dan keluarga.

Untuk kelompok pendapatan, *Ramen Burger House* akan fokus pada konsumen yang mempunyai pendapatan minimal Rp. 4.000.000,-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



d. Segmentasi Psikografis

- C** *Ramen Burger House* fokus pada target pasar kelas menengah karena memilih kelas menengah karena di Pontianak lebih banyak kelas menengah dan dapat dilihat dari banyak pesaing atau usaha makanan lain di lokasi yang menawarkan harga yang kompetitif. Selain itu di Pontianak juga cocok bagi mereka yang memiliki gaya hidup konsumtif dan suka waktu di luar ruangan, terutama di restoran.

e. Segmentasi perilaku

Ramen Burger House didasarkan pada segmentasi perilaku dan berfokus pada gaya hidup konsumsi masyarakat Pontianak yang suka menghabiskan waktu di luar melakukan tugas atau pekerjaan dan bergaul dengan teman, teman dan keluarga dapat meningkatkan prestise sosial. Manfaatkan kesempatan ini untuk menciptakan peluang besar bagi *Ramen Burger House*.

f. Target Pasar

Setelah mengevaluasi segmen *Ramen Burger House*, perlu ditentukan target pasar berdasarkan segmen sebelumnya. *Ramen Burger House* ditujukan untuk konsumen pria dan wanita yang berdomisili di Pontianak, berusia 15-35 tahun, berpendidikan SMP dan sederajat, berpendidikan tinggi, dan sudah menikah sebagai karyawan, wiraswasta dan bertunangan.

4.4 Strategi Pemasaran

a. Diferensiasi

i. Bentuk

Ramen Burger House menggunakan paper tray dengan berukuran lebar atas 17 cm, dan tinggi 3 cm. Berfungsi sebagai wadah belanja untuk makanan. Sementara untuk takeaway, *Ramen Burger House* menggunakan paper box yang didesain dengan bahan ramah lingkungan.

ii. Fitur

Ramen Burger House pasti akan selalu tampil dalam bentuk pengembangan produk, seperti menu-menu baru yang dibuat oleh *Ramen Burger House*.

iii. Kualitas Kinerja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Ramen Burger House melatih serta mengevaluasi staf agar dapat meningkatkan keterampilan para staf sehingga kualitas dapat dipertahankan. Pelatihan yang diberikan tidak hanya keterampilan menyiapkan makanan, tetapi juga pengetahuan tentang pengetahuan mengenai bahan baku dan pengetahuan tentang mesin yang digunakan sehari-hari. Kemudian pihak restoran burger ramen juga akan sering melakukan penilaian kerja, tujuannya agar kesalahan-kesalahan yang terjadi tidak lagi terjadi dan menjaga kualitas pelayanan yang baik.

iv. Kualitas yang sesuai

Ramen Burger House menyajikan makanan sesuai standar persiapan yang diberikan oleh pemiliknya, dan meskipun beberapa produk telah dijual di tempat lain, rasanya masih berbeda dari yang ditawarkan *Ramen Burger House* dan tidak dapat ditemukan di tempat lain. Kesegaran bahan terjaga dengan baik karena rasa premium juga berasal dari bahan premium.

v. Daya tahan

Bahan mie instant bisa tahan 3 bulan, burger bisa tahan 1 bulan jika disimpan di tempat yang aman dengan catatan di kulkas, dan bumbu dasar (cabai, bawang merah, dll) bisa tahan 5 minggu jika disimpan di lemari es. Selain itu, tidak hanya bahan bakunya, tetapi juga untuk ketahanan mesin yang digunakan untuk produksi dan pembayaran, tetap penting untuk merawat dan menyayangnya agar tidak cepat rusak.

vi. Gaya

Ramen Burger House menawarkan konsep restoran instagram friendly, cozy dan family friendly yang memberikan konsep interior dengan citra mural yang membuatnya eye catching dan bisa menjadi icon photoshoot. Cara ini mendukung kenyamanan saat berkunjung yang memuaskan indera.

b. Positioning

Penargetan adalah langkah selanjutnya setelah segmentasi dan penargetan. *Ramen Burger House* memposisikan mereknya sebagai restoran Instagram yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ramah keluarga. Restoran *Ramen Burger House* akan didukung dengan cita rasa yang berkualitas, pelayanan yang ramah dan cepat, serta didukung dengan harga yang kompetitif untuk dinikmati seluruh lapisan masyarakat. *Ramen Burger House* adalah tempat yang cocok untuk hangout bersama keluarga, teman, sahabat, kekasih, dan juga tempat untuk melakukan pekerjaan rumah dan pekerjaan, atau ingin menghabiskan waktu sendirian melakukan pekerjaan/pekerjaan rumah tangga.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. Penetapan Harga

Penetapan harga sangat menentukan kesuksesan suatu usaha, hal ini dapat ditentukan dari banyaknya penjualan dalam kurun waktu tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:310), beberapa cara menentukan harga dari suatu produk/jasa, yakni :

i. Nilai Pelanggan - Berdasarkan Harga

Penetapan harga berdasarkan nilai mengacu pada penetapan harga berdasarkan nilai yang dirasakan pembeli daripada biaya penjual. Penetapan harga berdasarkan nilai berarti bahwa pemasar tidak dapat merancang produk atau rencana pemasaran dan kemudian menetapkan harga. Penetapan harga berdasarkan nilai harus memberikan kombinasi kualitas yang benar-benar konsisten dan layanan yang baik dengan harga yang wajar. Perusahaan yang menggunakan penetapan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai yang ditawarkan pembeli untuk produk pesaing yang berbeda. Ada dua jenis strategi, yaitu:

- Good – Harga Bernilai

Ini merupakan perpaduan harga yang wajar, sesuai dengan kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan.

- Harga - nilai tambah

Dalam strategi ini, perusahaan menurunkan harga menyesuaikan dengan harga pesaing. Hal ini dilakukan perusahaan menggunakan memberikan nilai tambah untuk membedakan produk mereka, sehingga meningkatkan harga produk tersebut.

ii. Harga Berbasis Biaya

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Penetapan harga berdasarkan biaya meliputi biaya produksi, distribusi, serta penjualan, dengan keuntungan usaha dan risiko kewajaran. Ada dua pendekatan dalam strategi ini, yaitu:

- **Markup harga**

Penetapan harga jual, dengan cara menambahkan keuntungan pada biaya produksi. Di bawah ini adalah cara penetapan harga:

$$\text{Unit Cost} = \text{Biaya Variabel} + (\text{Biaya Tetap} / \text{Total Penjualan})$$

$$\text{Markup} = \text{Biaya Unit} / (1 - \text{Laba Penjualan yang Diharapkan})$$

Analisis titik impas dan penetapan harga target laba.

iii. **Persaingan - berdasarkan harga**

Penetapan harga kompetitif adalah penetapan harga berdasarkan apa yang dikenakan pesaing untuk produk yang sama. Dapat menggunakan harga pesaing sebagai tolok ukur atau membandingkan harga perusahaan. Ada banyak faktor internal dan eksternal lain yang harus dipertimbangkan perusahaan ketika menetapkan harga. Harga adalah satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan dalam bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi), semua elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa dan dapat memuaskan konsumen.

Ramen Burger House mengadopsi strategi penetapan harga berdasarkan pesaing. *Ramen Burger House* memilih pendekatan ini agar mereka bisa bersaing di pasar dan melawan pesaing satu sama lain. Tentu saja, harga mempengaruhi kualitas produk yang ditampilkan. Harga *Ramen Burger House* berkisar antara Rp 55.000 hingga Rp 70.000,-

d. Saluran Distribusi

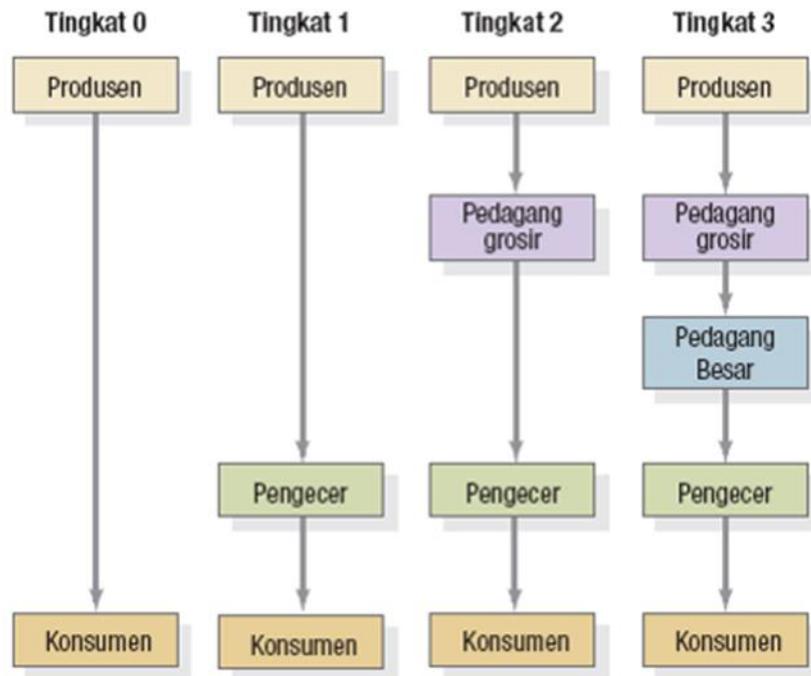
Saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau individu yang mengambil kepemilikan suatu produk atau membantu mentransfer kepemilikan suatu produk atau layanan saat berpindah dari produsen ke konsumen. Bahan baku dan produk yang dibutuhkan untuk *Ramen Burger House* membutuhkan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

rantai distribusi yang pendek agar tidak menimbulkan biaya tinggi ketika tengkulak mengendalikan terlalu banyak produk yang dibutuhkan.

Gambar 4.3

Tingkatan Saluran Distribusi



Sumber : <http://www.katadata.co.id>

Seperti dapat dilihat dari gambar di atas, peringkat saluran distribusi *Ramen Burger House* untuk pasokan bahan baku dan peralatan adalah level 0, memilih untuk langsung masuk ke jalur produksi Eatme Banana untuk mengurangi biaya. Selain itu, dapat memperoleh wawasan langsung tentang kualitas produk tanpa melalui banyak perantara penjualan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

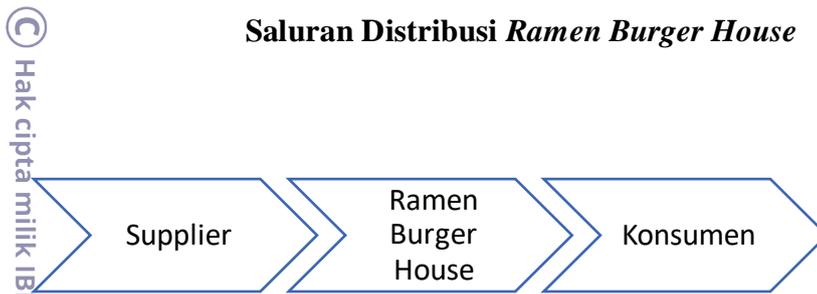
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 4. 4

Saluran Distribusi *Ramen Burger House*



Sumber: *Ramen Burger House*

Saluran distribusi yang digunakan oleh *Ramen Burger House* adalah saluran tingkat nol. Karena *Ramen Burger House* mendistribusikan produk langsung ke konsumen akhir, tidak ada perantara antara produsen dan konsumen.

4.5 Strategi Promosi

a. Advertising

Keberhasilan bisnis tergantung pada promosi yang baik, tujuan yang tepat, kejelasan dan pemahaman yang mudah oleh calon pelanggan. Untuk hal itu diperlukan komunikasi pemasaran dimana perusahaan dapat menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan. Berikut bauran pemasaran yang umum digunakan pada perusahaan dalam pemasaran, yaitu :

1). Mengiklankan

Ramen Burger House menggunakan iklan untuk mempromosikan produknya, melalui brosur dan media social.

2). Diskon

Ramen Burger House memberikan program diskon, sebagai sarana promosi saat ada acara khusus seperti bazar, ulang tahun Jakarta dan lain-lain acara.

3). Penjualan pribadi

Untuk membangun hubungan dengan pelanggan *Ramen Burger House* menggunakan pemasaran dengan penjualan pribadi. Hal ini dimaksudkan supaya

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



bisa lebih dekat dengan pelanggan dan mengetahui keinginan daripada pelanggan.

4). Hubungan masyarakat

Dalam berhubungan dengan masyarakat *Ramen Burger House* dapat menjadi sponsor pada suatu acara, hal ini diharapkan bisa menjadikan *Ramen Burger House* lebih dikenal oleh masyarakat.

Untuk mengefektifkan dan mengefisienkan promosi, *Ramen Burger House* telah melakukan promosi sebagai berikut:

a. Media sosial

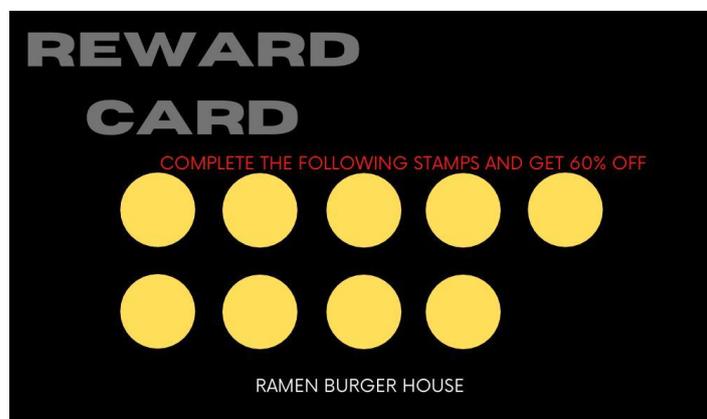
Saat ini, jejaring sosial yang digunakan oleh *Ramen Burger House* adalah Instagram, mengingat banyaknya orang yang suka menggunakan Instagram, Rencana kedepan *Ramen Burger House* akan fokus menggunakan Instagram untuk berbagi informasi seperti kegiatan sehari-hari *Ramen Burger House*, promosi terkini, dan mengenalkan produk baru.

b. Kartu Hadiah

Jika pelanggan melakukan pembelian minimal Rp 50.000 per struk akan mendapatkan bonus kartu. Untuk pembelian normal, kartu hadiah Anda akan dicap. Jika Anda telah mencapai 6 stempel, Anda dapat menukarkan kartu hadiah Anda dengan minuman gratis atau menu makanan ringan gratis. Cap yang diberikan adalah logo *Ramen Burger House* dan bonus kartu yang tertera diatas adalah sebagai berikut :

Gambar 4. 5

Reward Card *Ramen Burger House*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4. 11

Biaya Pembuatan Reward Card

Keterangan	Harga	Kuantity	Total
Kartu 10cm x 6cm	Rp 35.000/dos	10 (100 lembar/dos)	Rp 350.000
Cat	Rp 70.000/botol	2	Rp 140.000
Tinta	Rp 10.000/botol	24	Rp 240.000
Total			Rp 730.000

Sumber: *Ramen Burger House*

a. Influencer Food Blogger

Ramen Burger House menggunakan jasa food blogger influencer untuk menyebarkan informasi produk saat mempromosikan brand dan produknya. Influencer sendiri memiliki arti individu yang berpengaruh, artinya *Ramen Burger House* menggunakan individu tersebut karena lebih mudah menyebarkan berita tentang *Ramen Burger House*. *Ramen Burger House* akan mengajak food blogger berpengaruh untuk mencicipi produk *Ramen Burger House* dan berfoto, serta mereview makanan secara online melalui media sosial seperti Instagram.

Influencer yang digunakan berasal dari Instagram, seperti Nanakrauk yang memiliki lebih dari 1.500.000 pengikut. Serta akun memasak yang digunakan dari Instagram seperti Pnkfooddestination dan Kuliner_Pontianak.

Tabel 4. 12

Biaya Influencer Food Blogger

Keterangan	Biaya
Nanakrauk	Rp 10.000.000
Pnkfooddestination	Rp 4.500.000
Kuliner_Pontianak	Rp 3.000.000
Total	Rp 17.500.000

Sumber: *Ramen Burger House*

b. Diskon

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ramen Burger House menawarkan diskon 30% untuk promosi pembukaan restoran dan menu baru di akhir bulan pertama. Yang diambil dari biaya bahan baku selama 1 tahun.

Pada hari-hari tertentu seperti ulang tahun Jakarta, *Ramen Burger House* akan memberikan diskon harga kepada pengunjung *Ramen Burger House* selama beberapa hari.

Tabel 4. 13

Biaya Diskon *Ramen Burger House*

Keterangan	Waktu	Diskon	Biaya Bahan Baku	Biaya Diskon
Promosi Pembukaan	30 hari	30%	Rp 465.473.765	Rp 139.642.127

Sumber: *Ramen Burger House*

c. Pemasangan *Banner/ Spanduk/ Brosur*

Ramen Burger House akan memasang spanduk, spanduk dan brosur untuk memudahkan masyarakat sekitar untuk melihat dan mengidentifikasi keberadaan restoran *Ramen Burger House* .

Tabel 4. 14

Biaya Pemasangan Spanduk, Banner, dan Brosur

Keterangan	Biaya	Jumlah	Total Biaya
Brosur	Rp 350.000	3	Rp 1.050.000
Spanduk	Rp 75.000	4	Rp 300.000
Banner	Rp 50.000	3	Rp 150.000
TOTAL			Rp 1.500.000

Sumber: *Ramen Burger House*

d. Packaging

Produk *Ramen Burger House* dikemas dalam format karton untuk wadah burger ramen untuk pesanan takeaway (Take Away). Tentunya mudah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dibawa-bawa dan memiliki desain yang menarik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





BAB V

RENCANA PRODUKSI DAN KEBUTUHAN OPERASIONAL

5.1 Proses Operasi Produk

Manajemen Operasi menurut Jay Heizer, Barry Render, dan Chuck Munson (2017:42), “Operations management is a activities that relate to creation of goods and services through the transformation of inputs to outputs”, yang artinya manajemen operasi merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa di semua organisasi. Dimana sebuah proses operasi berperan penting dalam berjalannya kegiatan operasional dalam menghasilkan produk maupun jasa. Proses operasi merupakan proses penciptaan barang atau jasa dengan mengubah input menjadi output yang kemudian didistribusikan kepada konsumen.

Ramen Burger House adalah bisnis kuliner yang membuat burger dengan berbagai isian, ikan, sapi, domba, ayam, tempe dan jamur untuk dinikmati konsumen. Pembelian produk dapat dilakukan langsung oleh konsumen yang mengunjungi toko-toko yang tersedia serta dengan cara memesanya melalui aplikasi online. *Ramen Burger House* juga memiliki proses produksi dari input hingga output. Proses pengoperasian *Ramen Burger House* dari bahan baku hingga produksi produk jadi ditunjukkan di gambar 5.1

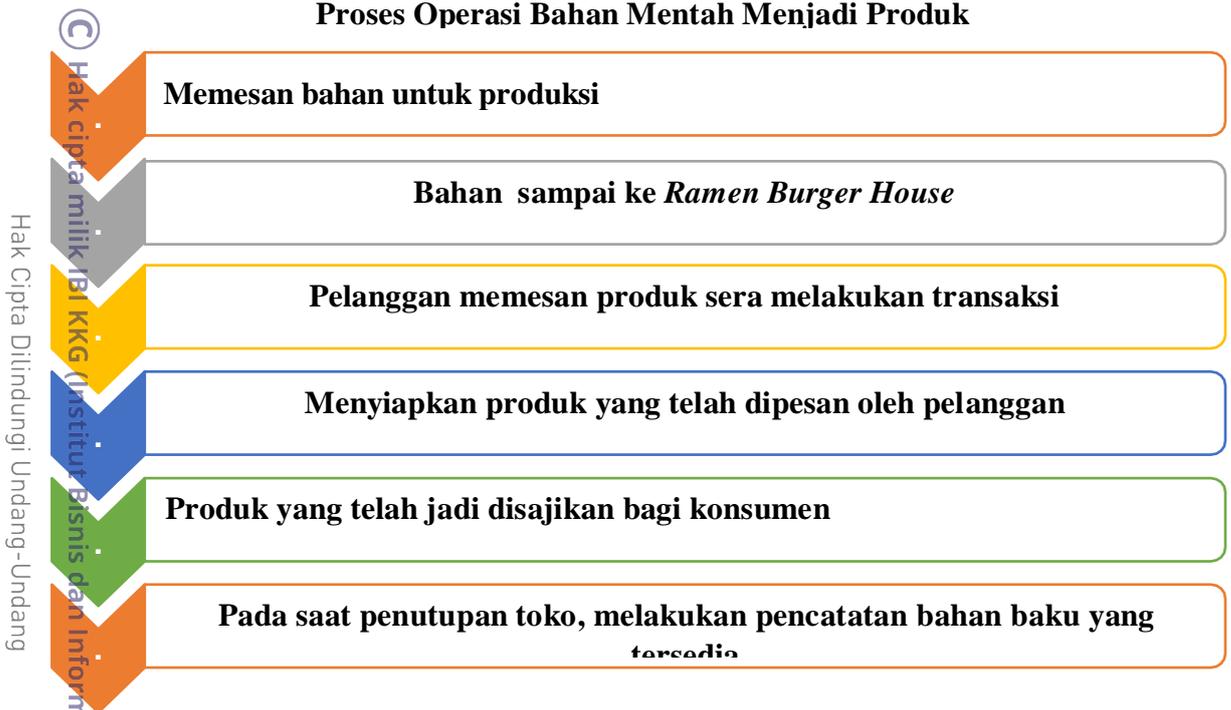
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.1

Proses Operasi Bahan Mentah Menjadi Produk



Sumber: *Ramen Burger House*

Berikut adalah penjelasan mengenai gambar 5.1:

1. Memesan bahan baku untuk produksi

Bahan baku produksi akan dipesan berdasarkan ketersediaan yang tersisa di tempat penyimpanan. Bahan utama produksi burger ramen ini antara lain mie, ayam, daging sapi, domba, ikan, tempe jamur, keju, sayuran segar, dll. sedangkan untuk bahan pelengkap dari *Ramen Burger House* adalah wadah, dan pisau garpu plastik

2. Bahan baku sampai ke *Ramen Burger House*

Setelah bahan baku sampai, akan diperiksa ulang agar mengetahui apabila terdapat bahan baku yang rusak agar dapat dikembalikan serta mengecek jumlah pesanan apakah sudah sesuai dengan pesanan atau tidak.

3. Pelanggan memesan produk serta melakukan transaksi

Pelanggan yang berkunjung ke kedai burger ramen, diberikan sambutan oleh pelayan, lalu konsumen melakukan pemesanan





4. Siapkan produk yang dipesan pelanggan

Chef dan staf produksi langsung membuat burger ramen sesuai permintaan konsumen. Chef dan Production harus meninjau pesanan dengan cermat untuk menghindari kesalahan dalam memproses pesanan.

5. Produk jadi disajikan kepada pelanggan

Segera setelah burger ramen siap, para pelayan mengantarkan pesanan langsung ke konsumen di meja masing-masing.

6. Saat toko tutup, catat bahan baku yang tersedia

Kegiatan merupakan suatu cara untuk mempermudah pembelian agar pembelian bahan untuk produksi di hari berikutnya, sehingga bisa mengetahui jumlah eksemplar. Burger ramen dijual setiap hari, sehingga memudahkan pemiliknya untuk mengontrol.

5. Nama Pemasok

Pemasok atau *Supplier* menurut Kotler dan Armstrong (2017:93), adalah seseorang atau sesuatu yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk membuat produk. Dalam hal ini pemasok memegang peran yang penting, pemasok sangat dibutuhkan dalam proses bisnis karena tanpa adanya pemasok banyak bahan baku maupun perlengkapan dan peralatan tidak dapat terpenuhi. Dalam memilih pemasok harus dilakukan secara cermat dan teliti agar tidak terjadi kerugian atau menjadi ancaman bagi keberlangsungan bisnis dikemudian hari. Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih pemasok yaitu pertimbangan kualitas, harga, lokasi, dan keandalan pemasok. Selain itu menjalin dan menjaga hubungan jangka panjang yang baik juga sangat penting untuk diperhatikan.

Berikut adalah daftar nama-nama pemasok peralatan, perlengkapan, dan bahan baku yang menunjang jalannya kegiatan bisnis dari *Ramen Burger House* :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 5. 1

Daftar Pemasok *Ramen Burger House*

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

NO	Nama pemasok	Alamat	Nomor	Produk
1	Fresh Mart	Jalan. K.H.Ahmad Dahlan Pontianak	0821546998 97	Ayam
2	Borneo Food Indotama	Jalan.Trans Kalimantan	0812588678 6	Sapi
3	Borneo Food Indotama	Jalan.Trans Kalimantan	0812588678 6	Ikan
4	Borneo Food Indotama	Jalan.Trans Kalimantan	0812588678 6	Kambing
5	Pak Iwan	Jalan. Teuku Umar (Ruko Pasar Mawar)	08125751476 8	Jamur
6	Fresh Mart	Jalan. K.H.Ahmad Dahlan Pontianak	08215469989 7	Keju
7	Pak Ari	Jalan.Teuku Umar (Ruko Pasar Mawar)	082152918332	Sayur-sayuran

Sumber: *Ramen Burger House*

5.3 Deskripsi Rencana Operasi

Merancang suatu rencana bisnis berguna agar para pebisnis memahami hal apa saja yang dibutuhkan sebelum memulai bisnis. Hal tersebut akan mempermudah para pelaku bisnis untuk mencapai hasil yang maksimal dan efektif. Proses ini berlangsung sebelum bisnis resmi dibuka. Berikut merupakan gambaran rencana operasi *Ramen Burger House*:

1. Riset pasar

Melakukan riset pasar merupakan langkah awal dalam memahami apa yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



diminati oleh pelanggan. Hal ini bertujuan agar mendapatkan pangsa pasar yang tepat untuk dituju oleh pelaku bisnis dan untuk memberikan pertimbangan agar diterima masyarakat dalam menentukan harga produk yang akan dijual.

2. Riset pesaing

Riset pesaing dilakukan untuk memahami strategi mana yang akan diterapkan oleh pesaing Anda. Survei pesaing juga dapat membandingkan merk, rasa, kualitas, harga layanan, serta hal lainnya.

3. Survei Pemasok

Tentunya supplier yang Anda pilih harus dapat dipercaya, kualitas barangnya bagus, harganya sesuai dengan produknya, dan juga merupakan supplier yang dapat dipercaya dalam menjalin kerjasama dengan para pelaku bisnis. Ketika saya memilih pemasok yang lebih dekat dengan lokasi bisnis, saya melakukan riset terlebih dahulu.

Mengetahui dan menganalisa pemasok peralatan, dan bahan baku. Namun dalam hal ini penulis penulis tidak hanya menjalin kerja sama dengan satu pemasok, hal ini untuk meminimalisir resiko pemasok tidak yang dapat mencukupi kebutuhan perusahaan.

4. Survei Lokasi

Dalam menentukan lokasi yang baik dalam kegiatan usaha akan tergantung pada usaha yang dijalankan oleh pebisnis, *Ramen Burger House* akan menyelidiki lokasi yang cocok serta tidak jauh dengan pemukiman penduduk, lokasi yang tidak dengan sekolah, dekat dengan beberapa perkantoran, tempat ibadah, pusat perbelanjaan, dekat dengan gerbang Perumahan utama. Pertimbangan pemilihan lokasi ini adalah untuk memudahkan konsumen mengetahui lokasi lokasi usaha perusahaan, dan juga untuk memudahkan konsumen mencapai lokasi toko *Ramen*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKU (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Burger House.

5. Lokasi sewa

Setelah memilih lokasi yang cocok, langkah selanjutnya adalah menyewa tempat, tempat ini disewa dengan kurun waktu lima tahun, kemudian perusahaan membayar biaya sewa per tahun. Bukti transaksi sewa tempat usaha akan menjadi bukti hukum yang sah bahwa pemilik mempergunakan tempat untuk jalanya kegiatan bisnis, dan sewa tempat akan menjadi tanda kesepakatan antara para pihak mengenai renovasi bangunan yang akan dilakukan oleh pemilik.

6. Pendaftaran NPWP

Setiap warga negara yang berpenghasilan harus memiliki NPWP untuk dapat melaporkan pajak penghasilan ke kantor pajak. Apabila belum memiliki NPWP, wajib mendaftarkan ke website pajak ataupun ke Kantor Pajak terdekat.

7. Pengurusan izin operasional usaha

Pelaksanaan perijinan berdasarkan risiko melalui Sistem Pelayanan Terpadu (OSS) adalah pelaksanaan Undang-Undang Hak Cipta No. 11 tahun 2020. Peserta harus menggunakan OSS berdasarkan ketentuan., Demikian juga dengan Eatme Banana, sudah mendaftar melalui OSS dan sudah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha), IUMK (Izin Usaha Menengah Kecil) dan SPPL (Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan. Untuk membuat legalitas ini dilakukan oleh pemilik sendiri dan gratis.

8. Desain tata letak bisnis

Merancang bisnis Anda adalah faktor terpenting dalam membuat perbedaan dalam bisnis Anda. Dalam ini, desain tempat *Ramen Burger House* sesuai dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konsep *Ramen Burger House* dengan tema Instagrammable, cozy dan family friendly. Bersama dengan asesoris yang serasi, desain tata letak juga menentukan penempatan kaki meja dan posisi meja dan kursi konsumsi, sehingga setiap tamu yang berkunjung merasa nyaman dan tertarik untuk datang ke restoran *Ramen Burger House* di lain waktu. hari.

9. Beli peralatan dan perlengkapan

Membeli peralatan dan perlengkapan usaha merupakan sesuatu yang harus dilakukan dengan adanya perencanaan yang baik agar mengetahui barang apa saja yang dibutuhkan agar dapat menunjang segala kegiatan produksi. Beli peralatan dan persediaan yang sesuai dengan kebutuhan operasional Anda dan sesuaikan ukurannya untuk memaksimalkan ruang Anda.

10. Memilih bahan baku produksi

Dalam hal memilih bahan untuk produksi harus memilih bahan baku yang berkualitas tinggi juga yang akan berdampak pada hasil akhir yang akan dikonsumsi oleh konsumen. Sumber bahan baku *Ramen Burger House* berdasarkan hasil survey pemasok yang telah dilakukan.

11. Menyusun SOP dan deskripsi kerja

Prosedur operasi standar adalah prosedur operasi standar untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan usaha sehingga ada arahan yang jelas dalam melakukan kegiatan usaha. Selain itu, setiap pekerja yang direkrut akan diberikan deskripsi pekerjaan untuk memperjelas tanggung jawab pekerjaan masing-masing pekerja.

12. Merekrut dan melatih staf

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Setelah SOP dan deskripsi pekerjaan ada, *Ramen Burger House* akan mulai merekrut staf. Namun mereka harus memiliki kriteria tertentu dalam merekrut pegawai yang akan diseleksi karena tidak bisa dianggap remeh dalam memilih pegawai. Seleksi minimal pegawai adalah seseorang yang berpendidikan agar dapat lebih memahami tugas apa saja yang harus dilakukan dan harusnya apabila merekrut karyawan yang berpendidikan akan lebih mempunyai etika dalam bekerja.

13.Promosi

Hal ini merupakan usaha dalam memasarkan agar dapat mendukung presentasi serta komunikasi serta membuat pelanggan potensial tertarik. *Ramen Burger House* melakukan promosi dengan cara melalui media sosial Instagram, menggunakan food blogger ternama seperti HobbyMakan, NextCarlos, dari mulut ke mulut pemilik tentang kelebihan produknya, promosi dan diskon yang menarik serta bekerjasama dengan aplikasi online sebagai mitra usaha ini.

14.Buka *Ramen Burger House*

Setelah semua proses selesai, tahap terakhir adalah pembukaan sendi burger ramen.

Berikut rencana operasional *Ramen Burger House* dari Januari 2022 hingga restoran buka pada Juli 2022:

Tabel 5. 2

Rencana Operasional *Ramen Burger House*

No	Kegiatan	Rencana Operasi																											
		Jan- 22				Feb-22				Mar-22				Apr-22				Mei-22				Juni-22				Juli-22			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Pasar																												
2	Survey Pesaing																												
3	Survey Pemasok																												
4	Survey Lokasi																												

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Begitu konsumen masuk ke dalam *Ramen Burger House*, petugas akan memberi sambutan kepada konsumen yang berkunjung
2. Konsumen akan melihat menu dan memilih makanan yang akan dipesan.
3. Pekerja dari *Ramen Burger House* kemudian mentotalkan jumlah yang harus dibayarkan oleh konsumen tersebut, serta menyanyakan metode pembayaran apa yang akan digunakan untuk melakukan pembayaran. Setelah selesai melakukan pembayaran maka konsumen akan mendapatkan struck pembelian.
4. Petugas kasir tersebut pun akan memberikan struck pembelian kepada bagian kitchen, agar bagian kitchen dapat memproses pesanan sesuai dengan pesanan konsumen.
5. Pesanan yang sudah dibuat akan diberikan kepada konsumen secara langsung melalui nama pemesan, dan apabila makan ditempat akan langsung diantarkan oleh pramusaji ke meja konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Flowchart 5.2

Proses Aplikasi Pesanan Aplikasi Online *Ramen Burger House* Takeaway



Sumber: *Ramen Burger House*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Flowchart 5.3

Proses Aplikasi *Delivery Order Ramen Burger House* by Grabfood



Sumber: *Ramen Burger House*

Dari diagram alir 5.2 dan diagram alir 5.3 di atas, dapat dijelaskan alur prosesnya. Nota pengiriman adalah sebagai berikut:

1. Memesan produk harus melalui aplikasi online yang ada serta masuk ke aplikasi tersebut.
2. Pelanggan melakukan pemilihan fitur *Ramen Burger House* di aplikasi online .
3. Setelah melakukan pemilihan fitur, cari *Ramen Burger House* dan pilih jenis *Ramen Burger House*.
4. Kemudian memilih menu *Ramen Burger House* yang diinginkan untuk dipesan.
5. Apabila sudah menetapkan pesanan berikutnya memilih jenis pembayaran yang digunakan untuk bertransaksi.
6. Setelah pilih jenis pembayaran, tekan tombol pesan dan tinggal menunggu pesanan yang akan datang beberapa saat.

5.5 Deskripsi Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Pengendalian persediaan adalah mengawasi penggunaan persediaan yang ada agar dapat beroperasi secara efektif dan efisien. Pastikan bahwa operasi terus



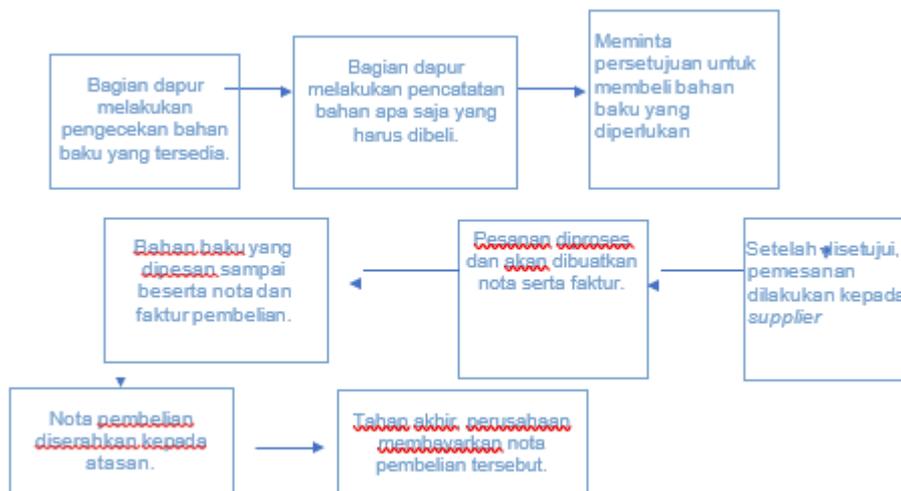
berjalan dan bahwa biaya pemasok dan persediaan tidak terlalu besar selama operasi. Tujuannya adalah untuk menjaga kualitas dan kuantitas persediaan *Ramen Burger House* dari bahan-bahan yang tersedia.

Pemasok *Ramen Burger House* juga merupakan mitra bisnis. Sebuah bisnis kuliner tentu membutuhkan bahan untuk memproduksi produk yang dijualnya, dan dalam memilih bahan untuk kedai burger ramen, bahan baku tersebut distandarisasi untuk menjaga kualitas produk.

Jika pemasok utama kehabisan stok, diperlukan pemasok cadangan untuk menjaga ketersediaan bahan baku. Selain itu, pembeli kedai burger ramen akan menghitung setiap bahan baku yang digunakan dalam produksi setiap minggunya, agar tidak habis, agar tidak mempengaruhi proses produksi. Berikut proses pembelian dan penggunaan peralatan *Ramen Burger House*:

Flowchart 5. 4

Alur Pembelian dan Pengendalian Bahan Baku



5.6 Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Pada masa sekarang ini, para pelaku usaha lebih baik menggunakan peralatan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dengan teknologi terkini, dengan tujuan agar lebih efisien dan efektif dalam operasional bisnis jangka pendek dan meningkatkan kenyamanan konsumen. Hal ini memudahkan para pelaku usaha untuk melihat pertumbuhan bisnis, sehingga bisnis dapat bertahan lama. Berikut adalah beberapa teknik yang digunakan oleh sendi burger ramen.

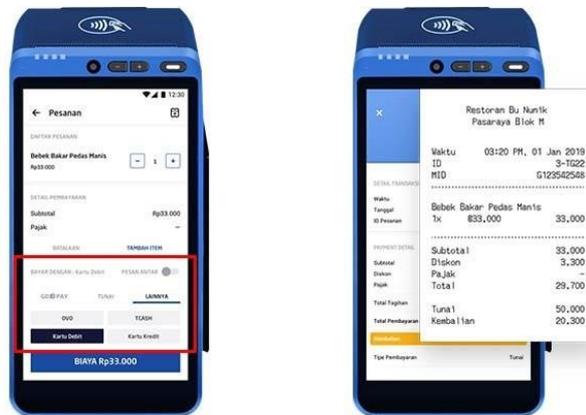
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.2

Contoh Mesin Kasir *Electronic Data Capture (EDC) Ramen Burger House*



Gambar 5.3

Contoh Air Conditioner (AC) *Ramen Burger House*



Gambar 5.4

Contoh Chiller Ramen Burger House



Gambar 5.5

Contoh Mini Freezer Ramen Burger House



Gambar 5.6

Contoh Closed Circuit Television (CCTV) Ramen Burger House



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 5.7
Contoh Televisi *Ramen Burger House*



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



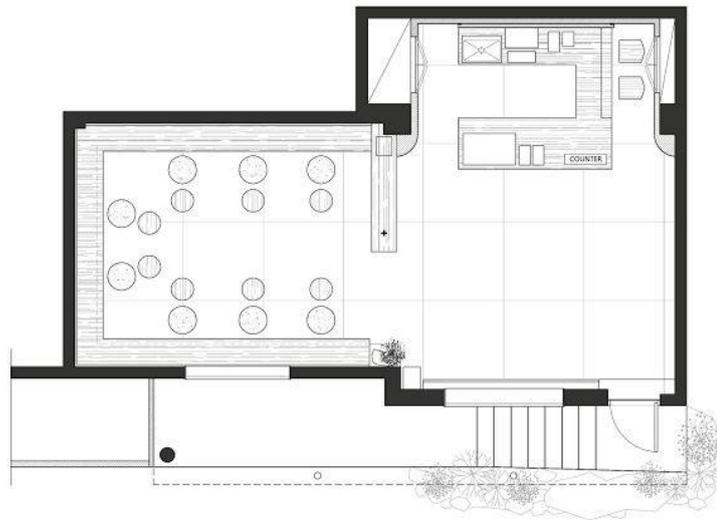


5.7 Lay Out Bangunan Tempat Usaha

Sebuah tata letak suatu bangunan merupakan suatu yang penting dalam jenis usaha kuliner, baik besar ataupun kecil. Tata letak adalah usaha menentukan bentuk serta tata letak suatu fasilitas, hal ini mempengaruhi efisiensi suatu produksi atau proses operasional. *Ramen Burger House* menggunakan ruko untuk kegiatan komersial dan terletak di Jalan Sumatera No.18 Kota Pontianak dengan luas bangunan 45 m². Ini adalah tata letak ramen rumah hamburger.

Gambar 5. 8

Lay Out Bangunan *Ramen Burger House*



Sumber: *Ramen Burger House*

Untuk *layout* seperti yang ada diatas, dimana ada bagian *indoor* dan *outdoor*.

Dibagian *indoor* ada *open mini bar* dimana bertujuan untuk memperlihatkan pembuatan produk yang ada di *Ramen Burger House*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



BAB VI

PERENCANAAN ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

6.1 Kebutuhan Jumlah Tenaga Kerja

Dalam kegiatan usaha, dibutuhkan staf untuk membantu pelaku usaha dalam mencapai tujuan usahanya. *Ramen Burger House* merekrut dan mempekerjakan di bidang manajemen, produksi, pemasaran dan administrasi/keuangan. Sesuai dengan peraturan perusahaan, setiap karyawan diharuskan bekerja di bidang yang digeluti *Ramen Burger House* agar bisnis dapat lancar sesuai arahan. Kebutuhan tenaga kerja *Ramen Burger House* yaitu :

Tabel 6. 1

Rencana Pekerja Kerja Yang Dibutuhkan

Nomor	Posisi	Jumlah
1	Manaj	1
2	<i>Full Time Chef</i>	2
3	<i>Part Time Assistant Chef</i>	2
5	<i>Part Time Kitchen</i>	1
6	<i>Part Time Waiter</i>	1
7	Kasir	1
8	<i>Part Time Cleaning Service</i>	2
Jumlah keseluruhan		10

Sumber: *Ramen Burger House*

Seperti yang dapat dilihat dari Tabel 6.1 di atas, restoran burger ramen membutuhkan 10 tenaga kerja tetap dan paruh waktu. Posisi pemilik saat ini adalah manajer, jadi dibutuhkan 9 orang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



6.2 Proses Rekrutmen dan Seleksi Tenaga Kerja

Tujuan proses seleksi karyawan menurut Gary Dessler (2017:203) adalah untuk mencapai kesesuaian orang terhadap pekerjaan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan mendapatkan karyawan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan perusahaan dan kemudian dapat dipekerjakan oleh perusahaan sehingga Ramen Burger House dapat menjaring calon karyawan yang sesuai dengan posisi yang dibutuhkan memiliki perilaku yang baik dan berkualitas. Ramen Burger House memiliki beberapa langkah dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi sebagai berikut :

1. Sosialisasi lowongan kerja

Sosialisasi lowongan kerja dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan iklan resmi. Diutamakan masyarakat sekitar *Ramen Burger House* yang membutuhkan lowongan pekerjaan. Calon pelamar yang berminat dapat segera menyiapkan resume (CV) dan mengirimkannya ke alamat email *Ramen Burger House*.

2. Pilih pelamar

Semua aplikasi diterima oleh *Ramen Burger House* melalui email atau langsung dari pelamar.

3. Jadwalkan wawancara

Jika lolos seleksi, langkah selanjutnya adalah mengumpulkan kandidat melalui email atau telepon untuk wawancara.

1. Wawancara

Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan pemahaman dan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penilaian yang lebih mendalam terhadap kemampuan, kepribadian, dan karakter setiap calon karyawan.

2. Rekrutmen personel

Setelah wawancara, pemilik memilih kandidat yang akan dipekerjakan, menghubungi kandidat dan menjelaskan tanggung jawab karyawan secara rinci.

3. Melakukan pelatihan karyawan

Setelah menandatangani kontrak kerja, karyawan akan menjalani pelatihan selama tiga hari. Pelatihan disesuaikan dengan posisi masing-masing.

6.3 Uraian Kerja (*Job Description*)

Job Description menurut Gary Dessler (2017:144) adalah pernyataan tertulis tentang apa yang sebenarnya dilakukan pekerja, bagaimana dia melakukannya, dan apa kondisi kerja pekerjaan itu. Uraian Kerja (*Job Description*) merupakan panduan dari perusahaan kepada karyawan dalam menjalankan tugas. Semakin jelas *Job Description* yang diberikan maka semakin mudah bagi karyawan untuk melaksanakan tugas sesuai dengan tujuan perusahaan. Deskripsi pekerjaan berisi tentang tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian pekerjaan yang ada di *Ramen Burger House*. Berikut adalah *Job Description* pada masing-masing bagian di *Ramen Burger House*:

1. Manajer

Manajer *Ramen Burger House* adalah pemilik yang secara langsung mengintervensi organisasi dan manajemen semua kegiatan dan memiliki pengawasan langsung terhadap semua karyawan dan mengembangkan

perencanaan strategis untuk pertumbuhan jumlah *Ramen Burger House*.

Tanggung Jawab Manajer:

- a. Membuat rencana kerja per tahun.
- b. Menentukan rencana pemasaran
- c. Melakukan rekrutmen, seleksi, job description masing-masing karyawan, shift, pembayaran gaji dan hal-hal terkait lainnya.
- d. Bertanggung jawab atas hubungan antara toko burger ramen dan pihak eksternal seperti pemasok.
- e. Kontrol apa yang dilakukan karyawan.
- f. Melakukan dan memimpin evaluasi pekerjaan mingguan.
- g. Mengendalikan pelaporan keuangan.
- h. Membuat atau berinovasi produk baru.

2.Koki Paruh Waktu

- a. Memastikan kualitas bahan baku sesuai dengan yang dipersyaratkan perusahaan.
- b. Memastikan kondisi semua peralatan masak dalam kondisi siap pakai.
- c. Dapat bekerja secara team.
- d. Pada setiap checkout, periksa sisa stok bahan baku.

3.Asisten Koki Paruh Waktu

- a. Harus tahu bahan baku untuk membuat produk yang dijual.
- b. Bekerja bersama koki penuh waktu untuk memeriksa peralatan produksi setiap hari.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- c. Pembersihan mendalam bulanan harus selalu diikuti.
- d. Setiap shift malam, periksa sisa stok bahan baku setiap saat.
- e. Dapat bekerja sama dengan team.

4. Koki paruh waktu

- a. Menindaklanjuti pesanan pelanggan.
- b. Menerima dan memeriksa pesanan.
- c. Melaksanakan pemeliharaan dokumen pembelian.
- d. Bantu koki memeriksa mesin setiap hari.
- e. Ingat semua resep menu *Ramen Burger House*.
- f. Selalu membantu untuk memeriksa sisa stok bahan baku di setiap checkout.

5. Kasir

- a. Melakukan pembayaran.
- b. Menjelaskan informasi kepada pelanggan.
- c. Mempunyai kemampuan berkomunikasi
- d. Menyiapkan laporan keuangan.
- e. Menyetorkan modal kerja dan menyampaikan laporan keuangan untuk setiap penutupan kepada pemilik.

6. Pelayan paruh waktu

- a. Mengucapkan Selamat datang kepada para konsumen.
- b. Berikan katalog menu pesanan ke konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Catat pesanan yang diinginkan pelanggan.
- d. Menjaga kebersihan restoran.
- e. Mempunyai kemampuan berkomunikasi
- f. Kemampuan untuk bekerja dengan semua rekan kerja.
- g. Pelayan pembersihan paruh waktu
- h. Bersihkan semua peralatan makan (piring, mangkuk, gelas, sendok, garpu, dll).
- i. Bertanggung jawab atas kebersihan peralatan masak dan peralatan masak.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

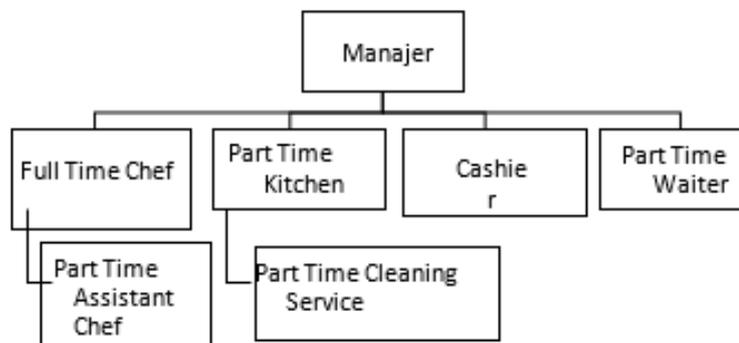
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

6.4 Spesifikasi dan Kualifikasi Jabatan

Ramen Burger House adalah bisnis yang relatif baru, sehingga struktur organisasi bisnisnya mengadopsi struktur yang sederhana karena struktur wewenangnya berpusat pada satu orang. Struktur yang dibuat adalah struktur organisasi yang fleksibel dan oleh karena itu mudah untuk dikelola.

Gambar 6. 1

Perencanaan Struktur Organisasi *Ramen Burger House*



Sumber: *Ramen Burger House*



6.5 Kompensasi dan Balas Jasa Karyawan

Kompensasi adalah berbagai bentuk upah untuk pekerjaan. Karyawan *Ramen Burger House* bekerja full time, 8 jam sehari, 7 hari berturut-turut, dengan waktu istirahat bergantian. Semua pekerja akan menerima sistem upah tunggal dengan nilai nominal menyesuaikan PP No:78/2015, perihal Pengupahan. *Ramen Burger House* juga memberikan THR. Berikut adalah rincian upah minimum atau gaji karyawan, yang umumnya kenaikan berkisar 9% per tahun.

Tabel 6. 2
Daftar UMK kota Pontianak Tahun 2016-2020

No	Tahun	UMK
1	2022	Rp 4.589.708,-
2	2021	Rp 4.229.756,-
3	2020	Rp 3.915.353,-
4	2019	Rp. 3.601.650
5	2018	Rp. 3.327.160

Sumber : <http://www.gajiumr.com/gaji-umk-kota-pontianak/>

Jam operasional *Ramen Burger House* selama 10 jam perhari, mulai 10.00 s/d 22.00, setiap pekerja mengambil rotasi 2 hari seminggu. Pekerja bebas menentukan hari istirahat mereka, tetapi mereka bergantian. Berikut daftar pilihan liburan dari *Ramen Burger House*.

- Senin – Rabu, maksimal 2 pekerja di hari yang sama dengan divisi kerja yang berbeda.
- Kamis – Jumat, hanya 1 pekerja di hari yang sama.
- Sabtu, tidak diizinkan libur.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Minggu, tidak diizinkan libur.

Ramen Burger House membayar manajer lebih dari karyawan lain karena manajer memiliki tanggung jawab lebih dari karyawan yang lain. Berikut adalah besaran gaji dan THR yang ditawarkan kepada pekerja oleh *Ramen Burger House*:

Tabel 6. 3

Rincian Gaji dan THR *Ramen Burger House* Tahun 2022 (dalam Rupiah)

Nomor	Posisi	Jumlah	Gapok/Bln	Total Gapok/Bln	Total Gapok/Thn	THR	Gaji/Tahun + THR
1	Manajer	1	5.500.000	5.500.000	33.000.000	2.750.000	35.750.000
2	Full Time Chef	2	4.700.000	9.400.000	56.400.000	4.700.000	61.000.000
3	Part Time Assistant Chef	2	2.500.000	5.000.000	30.000.000	2.500.000	32.500.000
4	Part Time Kitchen	1	1.500.000	1.500.000	9.000.000	750.000	9.750.000
5	Part Time Waiter	1	1.500.000	1.500.000	9.000.000	750.000	9.750.000
6	Kasir	1	2.600.000	2.600.000	15.600.000	1.300.000	16.900.000
7	Part Time Cleaning Service	2	1.200.000	2.400.000	14.400.000	1.200.000	15.600.000
TOTAL (2021)		10	19.500.000	27.900.000	167.400.000	13.950.000	181.250.000

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 6. 4

Rincian Gaji dan THR *Ramen Burger House* tahun 2023

Nomor	Posisi	Jumlah	Gapok/Bln	Total Gapok/Bln	Total Gapok/Thn	THR	Gaji/Tahun + THR
1	Manajer	1	5.973.550	5.973.550	71.682.600	5.973.550	89.603.250
2	Chef Full Time Chef	2	5.104.670	10.209.340	122.512.080	10.209.340	148.035.430
3	Part Time Assistant Chef	2	2.715.250	5.430.500	65.166.000	2.715.250	76.027.000
4	Part Time Kitchen	1	1.629.150	1.629.150	19.549.800	814.575	23.622.675
5	Part Time	1	1.629.150	1.629.150	19.549.800	814.575	23.622.675



	Waiter						
6	Kasir	1	2.823.860	2.823.860	33.886.320	2.823.860	42.357.900
7	Part Time Cleaning Service	2	1.303.320	2.606.640	31.279.680	1.303.320	36.492.960
	TOTAL (2022)	10	21.178.950	30.302.190	363.626.280	24.654.470	439.761.890

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 6. 5

Proyeksi Balas Jasa *Ramen Burger House* tahun 2024-2026

Tahun	2024	2025	2026
Biaya Gaji/Tahun + THR	Rp 477.625.389	Rp 518.748.935	Rp 563.413.218

Sumber: *Ramen Burger House*

BAB VII

PERENCANAAN KEUANGAN

7.1 Sumber dan Penggunaan Pendanaan

Jika ingin memulai bisnis, kebutuhan modal sangat penting untuk memulai bisnis. Menjalankan suatu usaha memerlukan modal usaha agar dapat berfungsi secara efektif dan efisien. Saat ini, *Ramen Burger House* didanai oleh hibah orang tua dan dana pribadi penulis. Penggunaan dana secara rinci di bawah ini :

Tabel 7. 1

Kebutuhan Dana *Ramen Burger House*

KETERANGAN BIAYA	HARGA
Sewa Tempat setahun	Rp 50.000.000
Peralatan	Rp 94.859.947
Perlengkapan	Rp 21.296.310
Pemasaran	Rp 159.372.128
Tenaga Kerja	Rp 27.900.000
Admiistrasi dan Umum	Rp 5.163.800
Renovasi & Desain	Rp 37.704.500
Bahan Baku	Rp 38.789.480
Kas Awal	Rp 10.000.000
Jumlah	Rp 445.086.165

Sumber: *Ramen Burger House*

7.2 Biaya Pemasaran Tahunan

Kegiatan pemasaran perlu dilakukan pada tahap awal usaha agar masyarakat mengetahui keberadaan perusahaan dan menarik konsumen melalui penawaran yang disebarakan melalui kegiatan pemasaran. Pemasaran juga dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan. *Ramen Burger House* menggunakan cara era saat ini dalam memasarkan bisnisnya seperti menggunakan media sosial dan influencer food blooger agar dapat menyebar informasi dengan biaya yang tidak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



terlalu seperti membuat iklan di spanduk. Selain itu, *Ramen Burger House* juga memberikan reward card untuk setiap pelanggan yang mengumpulkan stampel untuk ditukarkan makanan gratis dan akan mengikuti berbagai macam event makanan yang sering diselenggarakan dan diikuti oleh banyak restoran.

Biaya pemasaran di tahun pertama tinggi, dan biaya keseluruhan tinggi karena promosi besar-besaran di awal pembukaan

Pemasaran di setiap departemen tumbuh sebesar 3,50% per tahun dengan tingkat inflasi rata-rata.

Biaya pemasaran melalui media sosial masuk dalam biaya internet, yang sudah termasuk dalam biaya utilitas. Biaya pemasaran dari tahun 2022 sampai tahun 2026, seperti berikut ini :

Tabel 7.2

Prakiraan Biaya Pemasaran *Ramen Burger House*

Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
Reward Card	Rp 730.000	Rp 755.550	Rp 781.994	Rp 809.364	Rp 837.692
Influencer Food Blogger	Rp 17.500.000	Rp 18.112.500	Rp 18.746.438	Rp 19.402.563	Rp 20.081.653
Spanduk, Banner, & Brosur	Rp 1.500.000	Rp 1.552.500	Rp 1.606.838	Rp 1.663.077	Rp 1.721.285
Diskon	Rp 139.642.128	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
Total	Rp 159.372.128	Rp 20.420.550	Rp 21.135.269	Rp 21.875.004	Rp 22.640.629

Sumber: *Ramen Burger House*

7.3 Beban Administrasi Umum

Dalam operasional *Ramen Burger House* menggunakan bank BCA untuk kegiatan seperti membayar gaji, karyawan dan menyimpan uang untuk *Ramen Burger House*. Layanan perbankan yang dipercaya oleh *Ramen Burger House* adalah Bank of Central Asia (BCA). *Ramen Burger House* mendaftarkan akunnya sendiri atas nama Risaldo sebagai pemilik usaha. Biaya pembuatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kartu rekening Tahapan Perak tipe BCA sebesar Rp10.000 dan hanya perlu dibayar satu kali. Jika satu tahun adalah Rp 180.000/tahun, akan dikenakan biaya pengelolaan bulanan sebesar Rp 15.000.

Untuk memudahkan konsumen melakukan pembayaran non tunai, *Ramen Burger House* menggunakan layanan Electronic Data Capture (EDC) BCA dan disewakan dengan harga Rp 125.000 per bulan. Diasumsikan kenaikan biaya pengelolaan ATM dan sewa EDC BCA akan meningkat rata-rata 3,50% per tahun sejalan dengan inflasi.

Berikut adalah perhitungan biaya perbankan *Ramen Burger House*.

Tabel 7.3
Biaya Bank *Ramen Burger House*

No	Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
1	Biaya Buat Kartu ATM	Rp 10.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
2	Token Internet Banking	Rp 25.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3	Biaya Admin Bank	Rp 180.000	Rp 186.300	Rp 192.821	Rp 199.569	Rp 206.554
4	Sewa EDC	Rp 1.500.000	Rp 1.552.500	Rp 1.606.838	Rp 1.663.077	Rp 1.721.285
TOTAL		Rp 1.715.000	Rp 1.738.800	Rp 1.799.658	Rp 1.862.646	Rp 1.927.839

Sumber: *Ramen Burger House*

Ramen Burger House juga menggunakan mesin kasir berbasis *Electronic Data Capture* (EDC) dari pihak ketiga yaitu Spots. Pengadaan mesin EDC dikenakan biaya Rp 490.000 dengan biaya administrasi setiap bulannya sebesar Rp 4.900, diasumsikan adanya kenaikan biaya administrasi setiap bulannya sebesar 3.50% setiap tahunnya sesuai dengan rata-rata kenaikan inflasi.

Berikut adalah biaya mesin kasir Spots *Ramen Burger House* .

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ekonomi dari UMK Kota Pontianak 2019 - 2021.

Seperti terlihat pada Tabel 6.3, seluruh biaya gaji pegawai *Ramen Burger House* pada tahun 2022 adalah sebesar Rp396.150.000. Prakiraan biaya tenaga kerja untuk lima tahun ke depan dari tahun 2022 hingga 2026. Biaya tenaga kerja meningkat sebesar 8,61% per tahun. Angka tersebut diperoleh dari tingkat inflasi rata-rata 3,5% ditambah tingkat pertumbuhan ekonomi rata-rata 5,11%.

7.5 Biaya Penyusutan Peralatan

Metode garis lurus digunakan untuk penyusutan peralatan *Ramen Burger House* dengan nilai ekonomis selama 5 tahun. Penyusutan mengasumsikan beban yang sama pada setiap periode. Penyusutan peralatan penting dilakukan agar pelaku usaha dapat mengetahui masa manfaat peralatan dan kapan harus mengganti peralatan, agar tidak menunda kegiatan usaha akibat kerusakan peralatan secara mendadak. Di bawah ini adalah biaya penyusutan peralatan untuk *Ramen Burger House*.

Tabel 7.7

Biaya Penyusutan *Ramen Burger House*

Periode	Harga Perolehan	Biaya Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Sisa
2021	Rp 94.859.947	Rp 18.971.989	Rp 18.971.989	Rp 75.887.958
2022		Rp 18.971.989	Rp 37.943.979	Rp 56.915.968
2023		Rp 18.971.989	Rp 56.915.968	Rp 37.943.979
2024		Rp 18.971.989	Rp 75.887.958	Rp 18.971.989
2025		Rp 18.971.989	Rp 94.859.947	Rp -

Sumber: *Ramen Burger House*

Berdasarkan Tabel 7.7 diperoleh biaya perolehan sebesar Rp 94.859.947, - biaya penyusutan yang sama setiap tahun sebesar Rp 18.971.989, - nilai kumulatif peralatan *Ramen Burger House* pada tahun 2025 adalah Rp





94.859.947, - nilai buku pada akhir umur ekonomisnya adalah Rp 94.859.947,-

7.6 Biaya Pemeliharaan

Barang atau peralatan yang digunakan harus diservis secara berkala, karena itu ada sejumlah biaya pengeluarannya. Fungsinya dapat terus dioptimalkan untuk mendukung operasional bisnis, menjaga kenyamanan konsumen, dan memudahkan para chef dalam mengoperasikan peralatan dapur. Berdasarkan rata-rata kenaikan inflasi, biaya pemeliharaan diasumsikan meningkat sebesar 3,50% per tahun. Pemeliharaan peralatan dapur dan bar counter dapat berupa penambahan unit atau pembelian barang yang rusak atau rusak. Berikut adalah biaya pemeliharaan *Ramen Burger House*.

Tabel 7. 8

Prakiraan Biaya Pemeliharaan *Ramen Burger House*

No	Keterangan	Tahun				
		2022	2023	2024	2025	2026
1	Service Air Conditioner	Rp 1.500.000	Rp 1.552.500	Rp 1.606.838	Rp 1.663.077	Rp 1.721.285
2	Maintenance Mesin	Rp 350.000	Rp 362.250	Rp 374.929	Rp 388.051	Rp 401.633
3	Peralatan Dapur & Bar	Rp 500.000	Rp 517.500	Rp 535.613	Rp 554.359	Rp 573.762
4	Pemeliharaan Ruko & Cleaning	Rp 2.400.000	Rp 2.484.000	Rp 2.570.940	Rp 2.660.923	Rp 2.754.055
TOTAL		Rp 4.750.000	Rp 4.916.250	Rp 5.088.319	Rp 5.266.410	Rp 5.450.734

Sumber: *Ramen Burger House*

7.7 Biaya Sewa Gedung/ Bangunan

Ramen Burger House beroperasi di ruko dengan luas lantai 4,5 x 10 m (45 m²) yang berlokasi di Jalan Sumatera No. 18. Lokasi merupakan lokasi yang strategis karena berada di kawasan perumahan, dekat dengan pintu masuk utama perumahan, pusat perkantoran dan tempat ibadah. Biaya sewa gedung adalah Rp 50.000.000 per tahun, dengan asumsi kenaikan tahunan sebesar 3,50% pada tingkat inflasi rata-rata.



Berikut biaya sewa gedung untuk 5 tahun, dari tahun 2022-2026.

Tabel 7. 9

Prakiraan Biaya Sewa Bangunan

Tahun	Biaya
2022	Rp 50.000.000
2023	Rp 51.750.000
2024	Rp 53.561.250
2025	Rp 55.435.894
2026	Rp 57.376.150

Sumber: *Ramen Burger House*

Ramen Burger House akan melakukan renovasi bangunan sebelum restoran di tempati dengan besaran biaya :

Tabel 7. 10

Biaya Renovasi Bangunan *Ramen Burger House*

No	Keterangan	Harga	Jumlah	Biaya Renovasi
1	Desain Interior/ m ²	Rp 300.000	30	Rp 9.000.000
2	Mural Art / m ²	Rp 180.000	30	Rp 5.400.000
3	Stiker Kaca 110x60 cm	Rp 30.000	5	Rp 150.000
4	Biaya Tukang Bangunan	Rp 2.500.000	3	Rp 7.500.000
5	Instalasi Listrik, Stop Kontak (Fitting Lampu) / Instalasi	Rp 40.000	55 Lampu, 35 Stop Kontak	Rp 3.600.000
6	Pemasangan Pipa Saluran Air / m	Rp 18.000	150	Rp 2.700.000
7	Kaca Tempered Tebal 5mm/ m ²	Rp 260.500	29	Rp 7.554.500
8	Neon Sign	Rp 1.050.000	1	Rp 1.050.000
9	Sign Box	Rp 750.000	1	Rp 750.000
TOTAL				Rp 37.704.500

Sumber: *Ramen Burger House*

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

7.8 Biaya Utilitas

1. Tagihan Listrik

Listrik merupakan kebutuhan pokok bagi setiap aktivitas. Jaringan listrik yang digunakan oleh *Ramen Burger House* adalah spesifikasi komersial kelas B-2/TR



dengan daya listrik dari 6.600 VA sampai dengan 200 KVA. Jenis listrik ini termasuk golongan listrik tegangan rendah menengah dan biasanya digunakan untuk kegiatan komersial dengan biaya Rp 1.467,28 per kilowatt hour (Kwh) per kilowatt hour (Kwh). Di bawah ini adalah pemakaian listrik *Ramen Burger House*

Berikut ini adalah proyeksi tagihan listrik *Ramen Burger House* selama 5 tahun ke depan, dengan asumsi tingkat inflasi rata-rata 3,50% per tahun.

Tabel 7. 11
Prakiraan Biaya Listrik *Ramen Burger House* / Tahun

No	Peralatan	Satuan	Jumlah Kwh	Operasional / Hari (jam)	Operasional (Hari)	Pemakaian/ Bulanan (Kwh)	Pemakaian / Tahun (Kwh)	Harga (Kwh)	Total Biaya/ Tahun
1	Blender Turbo Philips	2	0,35	12	30	252	3024	1.467	4.437.055
2	Display Warm	2	0,18	24	30	259,2	3110,4	1.467	4.563.828
3	Freezer	1	0,35	24	30	252	3024	1.467	4.437.055
4	Mesin Panggang	2	0,3	12	30	216	2592	1.467	3.803.190
5	Dispenser	2	0,35	12	30	252	3024	1.467	4.437.055
6	Kulkas	1	0,3	12	30	108	1296	1.467	1.901.595
7	AC LG 1 Pk	2	0,92	12	30	662,4	7948,8	1.467	11.663.115
8	AC LG 1,5 Pk	1	1,03	12	30	370,8	4449,6	1.467	6.528.809
9	CC TV Outdoor	4	0,025	24	30	72	864	1.467	1.267.730
10	CC TV Indoor	10	0,025	24	30	180	2160	1.467	3.169.325
11	Smart TV 45 inchi	1	0,1	12	30	36	432	1.467	633.865
12	Paket Sound System	1	0,26	12	30	93,6	1123,2	1.467	1.648.049
13	Kipas Angin	3	0,018	12	30	19,44	233,28	1.467	342.287
14	SLIM LIGHT BOX LED Display Menu Restoran	1	0,025	12	30	9	108	1.467	158.466
15	Lampu Lantai	6	0,075	12	30	162	1944	1.467	2.852.392

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



16	Lampu Hias Meja	20	0,025	12	3	180	2160	1.467	3.169.325
17	Lampu Hias Kasir	5	0,005	12	3	9	108	1.467	158.466
18	Lampu Led Rel Cob	7	0,007	12	3	17,64	211,68	1.467	310.594
19	Lampu Gantung	18	0,007	12	3	45,36	544,32	1.467	798.670
20	Lampu 20 Watt	10	0,02	18	3	108	1296	1.467	1.901.595
TOTAL									58.182.465

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 7. 12

Biaya Listrik 5 Tahun Mendatang

Tahun	Biaya Per Tahun
2022	Rp 58.182.465
2023	Rp 60.218.851
2024	Rp 62.326.511
2025	Rp 64.507.939
2026	Rp 66.765.716

Sumber: *Ramen Burger House*

2. Biaya Air

Air yang digunakan *Ramen Burger House* berasal dari PDAM milik Pemda Pontianak PT Tirta Khatulistiwa. Biaya langganan PDAM Pontianak sebesar Rp 9.000/m³. Konsumsi air dan konsumsi air *Ramen Burger House* diasumsikan 15 m³/bulan dan biaya pengelolaan bulanan Rp 2.500. Di bawah ini adalah prakiraan biaya air untuk lima tahun kedepan, disesuaikan dengan tingkat inflasi tahunan 3,50% setelah inflasi rata-rata.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 7. 13

Prakiraan Biaya Air

No	Keterangan	2022	2023	2024	2025	2026
1	Biaya Air	Rp. 1.620.000	Rp 1.676.700,00	Rp 1.735.384,50	Rp 1.796.122,96	Rp 1.858.987,26
2	Biaya Admin	Rp 30.000	Rp 31.050	Rp 32.137	Rp 33.262	Rp 34.426
Total		Rp1.650.000	Rp 1.707.750	Rp 1.767.521	Rp 1.829.384	Rp 1.893.413

Sumber: *Ramen Burger House*

3. Biaya Telepon dan Internet

Ramen Burger House menggunakan Indihome untuk telepon kantor dan internet Wi-Fi untuk operasional perusahaan seperti: menghubungi pemasok, menghubungi pelanggan, internet untuk pemasaran media sosial, dll. *Ramen Burger House* harus membayar sebesar Rp 150.000 sudah termasuk pemasangan telepon (PSB) yang ditagihkan hanya untuk bulan pertama sebesar Rp 575.000 per bulan, detail termasuk fasilitas telepon kantor dan internet 50Mbps. Asumsikan bahwa biaya meningkat sebesar 3,50% per tahun dengan inflasi rata-rata.

Tabel 7. 14

Biaya Internet dan Telepon

No	Keterangan	Harga/Bulan
1	Telepon + Internet 50 Mbps	Rp 575.000
2	Biaya Pasang (Pertama Pasang)	Rp 150.000
Total		Rp 725.000

Sumber: *Ramen Burger House*

Tabel 7. 15

Biaya Internet dan Telepon 5 Tahun Mendatang

Biaya Telepon + Internet	
Tahun	Biaya
2022	Rp 7.050.000
2023	Rp 7.141.500



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2024	Rp	7.391.453
2025	Rp	7.650.153
2026	Rp	7.917.909

Sumber: *Ramen Burger House*

4. Biaya Gas

Ramen Burger House beroperasi menggunakan hingga 3 tabunga gas dengan masing-masing 3 kg tabung LPG. Diperkirakan *Ramen Burger House* isi ulang tiga silinder dua kali sebulan dengan biaya Rp 20.000. Berikut ini adalah kebutuhan biaya utilitas gas bumi untuk lima tahun ke depan, dengan inflasi 3,50%, mengikuti tingkat inflasi rata-rata.

Tabel 7. 16

Biaya Gas *Ramen Burger House*

Tahun	Biaya/Bulan	Biaya/Tahun
2022	Rp 120.000	Rp 1.440.000
2023	Rp 124.200	Rp 1.490.400
2024	Rp 128.547	Rp 1.542.564
2025	Rp 133.046	Rp 1.596.554
2026	Rp 137.703	Rp 1.652.433

Sumber: *Ramen Burger House*

7.9 Biaya Peralatan dan Perlengkapan

a. Biaya Peralatan dan Interior

Peralatan adalah kebutuhan pokok milik perusahaan, merupakan investasi jangka panjang yang mempunyai batas waktu penggunaan. Perlengkapan yang dibutuhkan dapat dibeli dari beberapa toko dengan harga sesuai kemampuan.

Nilai ekonomis peralatan habis dalam 5 tahun tanpa sisa.



Di bawah ini data peralatan untuk mengoperasikan restoran

Ramen Burger House.

Tabel 7. 17
Biaya Peralatan

NO	PERALATAN	MERK	UNIT	HARGA	TOTAL
1	Mesin Kasir	Spots	1	Rp 490.000	Rp 490.000
2	Blender	Turbo Philips	2	Rp 279.000	Rp 558.000
3	Display Warm	RSA AGATE-240	2	Rp 2.849.000	Rp 5.698.000
4	Freezer	Hokaido-015T	1	Rp 5.762.000	Rp 5.762.000
5	Warm Box	Lion Star 5.5 Liter	1	Rp 115.000	Rp 115.000
6	Pisau 1 set	Oxone OX-972	2	Rp 322.000	Rp 644.000
7	Kompor Gas 2 Tungku	Rinnai RI 522 C	1	Rp 274.500	Rp 274.500
8	Kompor Mawar 1 set	Mawar	2	Rp 300.000	Rp 600.000
9	Kulkas	Sharp	2	Rp 217.900	Rp 435.800
10	Dispenser	Miyako WD185H	2	Rp 120.000	Rp 240.000
11	Mesin Panggang	ETON ET-D8	1	Rp 650.000	Rp 650.000
12	Pesawat Telepon	Line Analog KX-TS505	1	Rp 195.000	Rp 195.000
13	Wajan 30cm	Komodo	2	Rp 76.000	Rp 152.000
14	Tong Mie Stainless 30cm	Lokal	1	Rp 200.000	Rp 200.000
15	Spatula Stainless 1 Set + Rack	Lokal	2	Rp 54.194	Rp 108.388
16	Saringan Mie Stainless 12cm	Lokal	2	Rp 53.000	Rp 106.000
17	Gas Deep Fryer 6 Liter	Butterfly	1	Rp 780.000	Rp 780.000
18	Nampan Kayu	Carefour	5	Rp 140.000	Rp 700.000
19	Alat Pel	Supermop Bold Deluxe	2	Rp 250.000	Rp 500.000
20	Celemek Full Apron Premium Kanvas Waterproof	Bro Enterprise	6	Rp 130.000	Rp 780.000
21	Timbangan Digital Premium Kitchen Scale	Import	1	Rp 121.419	Rp 121.419
22	Stop Kontak	Broco IB Galleo G151	35	Rp 11.424	Rp 399.840
23	Wajan Persegi 30cm	Lokal	1	Rp 165.000	Rp 165.000
24	Genset 2800 Watt	Krisbow	1	Rp 3.927.000	Rp 3.927.000
25	Toren Air 550 Liter	Excel Blow	1	Rp 875.000	Rp 875.000
26	Tabung Gas 3 Kg	Elpiji	6	Rp 130.000	Rp 780.000

Hak Cipta milik IBI Kwik Kian Gie School of Business dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

David, Fred R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts, and Cases, 15th Edition*. Pearson Education.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*, Edisi 10, Global Edition, New York: Mc Graw HILL Education.

Keegan, Warren J dan Green, C Mark (2015) *Global Marketing Eight Edition*. Harlow: Pearson Education Limited.

Keown, Arthur J, John D. Martin, dkk (2018), *Manajemen Keuangan: Prinsip dan Penerapan*, Edisi Kesepuluh, Jilid 1, Terjemahan oleh Marcus Prihminto Widodo, Jakarta, Penerbit PT Indeks

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, Italy: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, United States: Pearson Education.

Porter, Michael E (2018), *Keunggulan Bersaing*, Terjemahan oleh Tim Penerbit, Jakarta, Penerbit Karisma Publishing Group.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management*, Edisi 14, United States: Pearson Education.

Robbins, P.Stephen dan Timothy A. Judge. (2016). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Jakarta

Tampubolon, Dr. Manahan P.,(2017), *Manajemen Operasional (Operation Management)*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Website dan Media Internet

Agus. (2021), *Gaji UMK Kota Pontianak Tahun 2020, 2019, 2018, dan Sebelumnya*, diakses pada Oktober 2021.

<http://www.gajiumr.com/gaji-umk-kota-pontianak/>

Amazri. (2018). *Kota Pontianak Dalam Angka 2018*, diakses pada Oktober 2021,

<http://ebook-bappeda.pontianak.go.id/download/doc/pontianak-dalam-angka-2018-ta-2021>

Badan Pusat Statistika (BPS) (2020). *PDB Per Kapita Indonesia (1999-2019)*, diakses pada Oktober 2021,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/06/pdb-per-kapita-indonesia-2018-sebesar-rp-56-juta>

Badan Pusat Statistika (BPS) (2020) Jumlah Penduduk Pontianak 2020

<https://disdukcapil.pontianakkota.go.id/jumlah-penduduk-kota-pontianak-tahun-2020-berjumlah-669169-jiwa>

Bank Indonesia (2020). *Laporan Inflasi*, diakses pada Oktober 2021,

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

Bank Indonesia (2020), *Penetapan Target Inflasi*, diakses pada Oktober 2021, <https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/bi-dan-inflasi/Contents/Penetapan.aspx>

Dinas PM & PTSP Kota Pontianak (2021), *Prosedur Pengajuan Surat Izin Usaha Pedagangan (SIUP)*, diakses pada Desember 2021,

http://silat.pontianak.go.id/silat_v2/info/tata_cara

Indihome (2020), *Paket Dual Play*, diakses pada Oktober 2021, <https://www.indihome.co.id/pusat-bantuan/kenali-indihome/dual-play>

Obengplus.com (2020), *Tarif dasar listrik PLN 2020 dan Cek Tagihan Listrik Online*, diakses pada Oktober 2021

<http://www.obengplus.com/articles/4518/1/Tarif-dasar-listrik-PLN-2020-dan-Cek-Tagihan-Listrik-Online.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Penerimaan IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pajak (2016), *Cara Daftar NPWP Online, Online-pajak.com*, diakses pada Nopember 2020

<https://www.online-pajak.com/daftar-npwp-online-wajib-pajak-orang-pribadi>

PDAM Tirta Khatulistiwa (2020), *Lima Tahun Tidak Naik: PDAM Tirta Khatulistiwa Rencanakan Penyesuaian Tarif*, diakses pada Oktober 2021,

<https://tirtakhatulistiwa.co.id/lima-tahun-tidak-naik-pdam-tirta-bhagasasi-rencanakan-penyesuaian-tarif/>

Purnomo, Herdatu. (2020), *Tok! UMK 2020 Kota Pontianak Rp 4,58 Juta*, diakses pada Oktober 2021,

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20191115164130-4-115657/tok-umk-2020-kota-pontianak-rp-458-juta>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Peraturan Pemerintah dan Undang-Undang

Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan,*

Lembaran Negara RI Tahun 2003, No. 39. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2004. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional,* Lembaran Negara RI Tahun 2004, No 150. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah,* Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 93. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2014. *Peraturan Presiden RI No. 98 Tahun 2004 Tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil,* Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 222. Jakarta.

Republik Indonesia. 2015. *Peraturan Pemerintah No. 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan,*

Lembaran Negara RI Tahun 2015, No. 237. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan No. 6 Tahun 2016 Tentang Tunjangan Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan,* Berita Negara RI tahun 2016, No. 375. Sekretariat **Negara. Jakarta.**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.