



BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk/ Jasa yang Dihasilkan

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 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.

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

C

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.



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 mengemukakan 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*

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.

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.



Tabel 4. 3

Peramalan Penjualan *Ramen Burger House* (box)

Hari	Varian Produk					
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi
	(Box)	(Box)	(Box)	(Box)	(Box)	(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)

	Variasi Produk						Total Per
	Ayam	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	

© 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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



2026	19410	17003	20575	20029	26009	2475	105502
------	-------	-------	-------	-------	-------	------	--------

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

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.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



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
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	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	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*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 4. 9

Anggaran Penjualan Tahun 2025 (Rupiah)

Bulan	Varian Produk						Total Per Bulan
	Aym	Ikan	Tempe	Kambing	Jamur	Sapi	
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	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
September	37.792.614	20.887.705	28.083.419	25.794.780	26.568.251	907.646	140.034.415
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

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.



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.
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.

4.5 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:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI 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.



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,-

d. Segmentasi Psikografis

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

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.



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

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.

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.



v. Daya tahan

C 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.

i. 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* memosisikan mereknya sebagai restoran Instagram yang 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 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

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 IBKKG.

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



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

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

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.



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,-

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

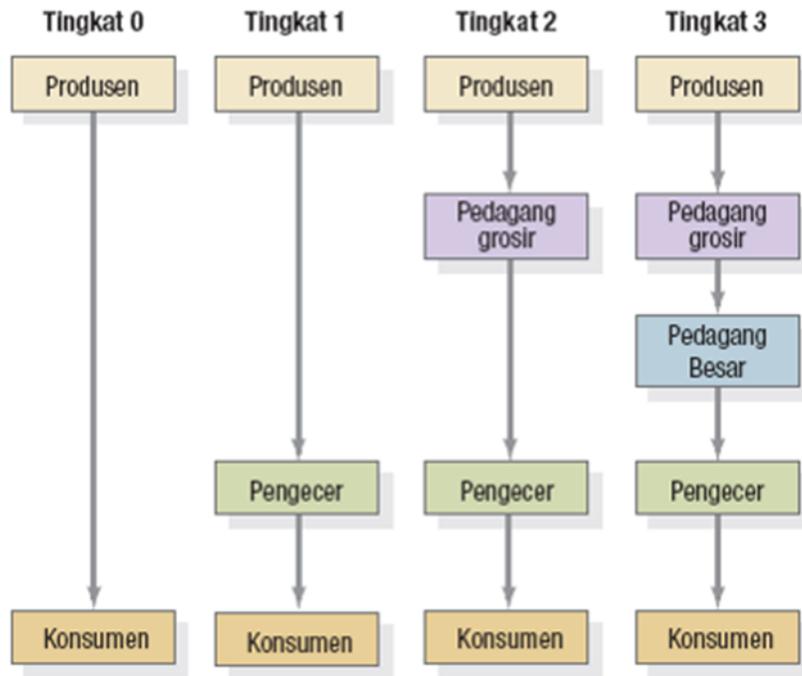
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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 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

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.

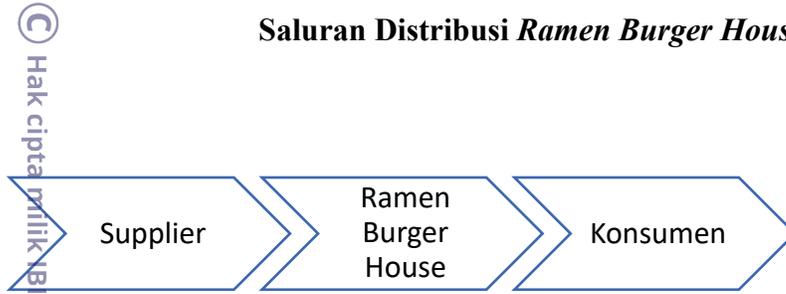
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Gambar 4. 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

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBKKG (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.

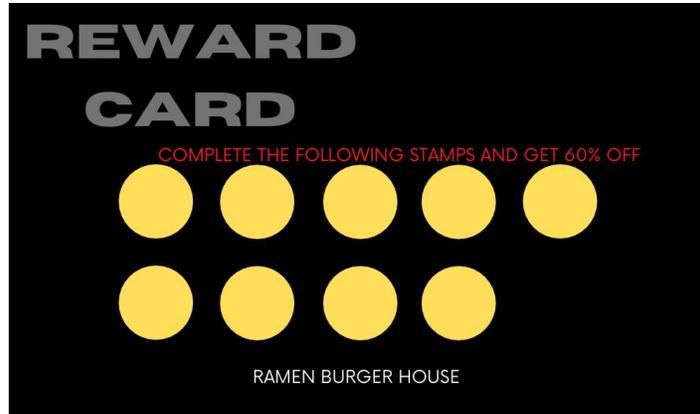
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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



Gambar 4. 5

Reward Card *Ramen Burger House*



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

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.



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

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

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



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*

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.

d. Packaging

Produk *Ramen Burger House* dikemas dalam format karton untuk wadah burger ramen untuk pesanan takeaway (Take Away). Tentunya mudah dibawa-bawa dan memiliki desain yang menarik.