

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Restoran merupakan bagian yang penting dalam kehidupan manusia karena selain menyediakan makanan dan minuman, restoran juga memberikan tempat yang nyaman untuk dapat bersosialisasi dengan keluarga, teman, dan asosiasi bisnis (Walker, 2017, hal. 268). Restoran terus berkembang dengan dibuktikan bertambahnya jumlah restoran setiap tahunnya.

Tabel 1
Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Palembang

Kota	2017	2018	2019
Palembang	446	884	886

Sumber: Badan Pusat Statistika Provinsi Sumatera Selatan

Pada tabel 1, dapat dilihat bahwa restoran di kota Palembang mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir pada 2017-2019. Pada tahun 2020 terdapat pandemi COVID-19 yang berdampak terhadap sektor jasa salah satunya yaitu restoran. Terdapat 1.033 restoran yang tutup yang terkena dampak COVID-19 per September 2020 (Kontan, 2020). Hal ini dikarenakan adanya peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membatasi waktu operasional restoran. Akan tetapi, bagi restoran yang telah menerapkan protokol kesehatan tetap dapat beroperasi seperti biasa dengan kapasitas tempat duduk 50% dari kapasitas (Kontan, 2020). Sehingga, dengan menerapkan peraturan yang berlaku, maka restoran tetap akan dapat beroperasi. Menurut (Mutia,

2020) bisnis restoran di kota Palembang tetap dapat berjalan seperti biasa dengan memenuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Pulau Sumatera merupakan salah satu dari lima pulau terbesar di Indonesia. Di dalamnya terdapat kota Palembang yang merupakan ibu kota provinsi Sumatera Selatan. Laju pertumbuhan penduduk di Indonesia mencapai 1,31% dalam kurun waktu 2010-2019. Sumatera Selatan mengalami laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,39% dalam kurun waktu yang sama (Badan Pusat Statistik, 2020, hal. 89).

Sumatera Selatan Memiliki laju pertumbuhan sebesar 1,39% dalam kurun waktu 2010-2019 dimana angka tersebut lebih besar dari laju pertumbuhan di Indonesia sebesar 1,31%. Kota Palembang merupakan salah satu kota terbesar yang ada di Indonesia. Pada Tabel 1, kota Palembang mengalami peningkatan pertumbuhan penduduk dalam 5 tahun terakhir. Penduduk di Sumatera Selatan berjumlah 8.470.700 penduduk dimana 1.681.374 penduduknya berada di kota Palembang. Penduduk Palembang meningkat sebanyak 18.481 penduduk dari tahun 2018 ke tahun 2019 dan merupakan kota dengan penduduk terbanyak di provinsi Sumatera Selatan.

Tabel 2

Proyeksi Penduduk Provinsi Sumatera Selatan Menurut Kota Tahun 2016-2020

Kota / City	Jumlah Penduduk				
	2016	2017	2018	2019	2020
Palembang	1 602 071	1 623 099	1 643 488	1 662 893	1 681 374
Prabumulih	179 563	182 128	184 425	186 834	188 929
Pagar Alam	135 328	136 605	137 909	139 194	140 402
Lubuk Linggau	222 870	226 002	229 224	232 229	235 189

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan

Berdasarkan teori Maslow, kebutuhan utama manusia adalah makan dan minum (Rogers, 2018, hal. 88). Dengan jumlah penduduk kota Palembang yang terus meningkat, maka permintaan akan makanan dan minuman juga akan ikut meningkat. Dengan pertumbuhan industri restoran di kota Palembang, berarti memiliki pasar yang cukup baik dan berkembang.

Restoran merupakan sarana penjualan dan penyajian makanan dan minuman. *“The challenge is to create a restaurant concept that fits a definite target market,”* (Walker, 2014, hal. 61). Restoran yang memiliki desain yang *instagramable* sangat disukai oleh orang-orang terutama generasi milenial dan generasi Z. Hal utama yang menjadi penilaian orang saat mengunjungi restoran adalah tempat kemudian makanan . Selain dapat menikmati makanan dan minuman, para pelanggan juga dapat berswafoto. *“If the restaurant is exciting because it presents an exotic cuisine and features serving personnel in national costumes and*

furnishings using traditional ethnic colors and artifacts, it is a theme restaurant.” (Walker, 2014, hal. 46). Restoran akan dioperasikan secara *casual* dan *indoor*. “*Casual dining is popular because it fits the societal trend of a more relaxed lifestyle.*” (Walker, 2014, hal. 33). Konsep restoran ini memberikan situasi gaya hidup yang santai yang disukai oleh orang-orang dari berbagai generasi (Dixon et al., 2018).

Restoran di Palembang belum ada yang memiliki desain serba ungu. Tidak hanya pada konsep desain restoran, tetapi juga kreasi pada makanan. Semua menu makanan akan disajikan semua dengan warna ungu untuk makanan utama. Menu yang disajikan adalah *western food* dan makanan Indonesia. Seperti pasta ungu untuk *western food* dan nasi uduk ungu untuk makanan Indonesia. Peralatan makanan dan minuman juga berwarna ungu. Terdapat *kids menu* sehingga pelanggan yang membawa anak dapat menikmati makanan bersama. “*Theme restaurants are built around an idea, usually emphasizing fun and fantasy, glamorizing or romanticizing an activity such as sports, travel, an era in time.*” (Walker, 2014, hal. 47). Dimana warna ungu mempresentasikan kaum bangsawan atau kekayaan. Sehingga memberikan kesan yang glamor pada desain restoran. Pemilihan warna ungu didasari banyaknya generasi sekarang yang menyukai warna ungu terutama perempuan. Hal ini dapat menjadi daya tarik restoran.

Nama *Purple U* sendiri didasarkan pada bahasa Korea ‘*borahae*’ (보라해) yang diterjemahkan dalam bahasa Inggris *I Purple You* yang berarti aku mengagumi kamu sampai akhir karena warna ungu

merupakan warna terakhir dari warna pelangi (Urban Dictionary, 2017). Warna ungu memiliki kesan yang feminim, damai, dan mewah (Deffi, 2017). Menurut (Kevin, 2019) warna ungu dapat menarik pasar dari kalangan anak-anak, remaja, sampai orang dewasa terutama perempuan. Kesan yang damai dan mewah sesuai dengan jenis restoran *Purple U* yaitu *casual dining restaurant* dan *theme restaurant*. Nama tersebut untuk membuat para anak muda sekarang untuk tidak malu serta lebih percaya diri pada dirinya sendiri dan sebagai motivasi untuk menemukan jati diri. Warna ungu juga didasari pada bahan utama yang menemukan jati diri. Warna ungu juga di dasari oleh bahan baku utama yang digunakan oleh *Purple U* yaitu ubi ungu yang membuat produk *Purple U* berwarna ungu.

Saat pandemi COVID-19 ini, bisnis konvensional banyak yang tidak bisa beroperasi. Akan tetapi, kebijakan *new normal* ini membuat bisnis konvensional menjadi beroperasi lagi dengan menjalankan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, jaga jarak, dan mencuci tangan. Selain itu, layanan *take away* dan *delivery* juga menjadi salah satu solusi bisnis konvensional kembali melakukan operasional.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan studi kelayakan terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Tujuan Utama
 - a. Untuk mengkaji kelayakan bisnis dari aspek pasar dan pemasaran berupa analisis permintaan, analisis penawaran, segmentasi, target pasar, posisi bisnis dalam pasar, baur pemasaran (8P),

aspek ekonomi, sosial, legal dan politik, serta lingkungan hidup dan teknologi.

- b. Untuk mengkaji kelayakan bisnis dari aspek operasional berupa jenis aktivitas dan fasilitas, penghitungan kebutuhan fasilitas, pemilihan lokasi, dan teknologi yang diperlukan.
- c. Untuk mengkaji kelayakan bisnis dari aspek organisasi dan SDM berupa pengorganisasian (analisis pekerjaan, analisis pengelola usaha, dan struktur organisasi), pengembangan sumber daya manusia (perekrutan, seleksi, orientasi, kompensasi, dan pelatihan dan pengembangan), dan aspek yuridis (bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokasi, dan peraturan perundangan harus dipenuhi).
- d. Untuk mengkaji kelayakan bisnis dari aspek keuangan berupa kebutuhan dan sumber dana, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, analisis titik impas, penelitian investasi, analisis rasio laporan keuangan, dan manajemen resiko.

2. Sub Tujuan

- a. Untuk mengetahui apakah bisnis dapat bersaing dengan pesaing lainnya.
- b. Untuk orang-orang yang menyukai warna ungu.
- c. Membantu pariwisata kota Palembang dengan adanya inovasi restoran.
- d. Membuat lapangan kerja baru.

- e. Mendapatkan keuntungan (profit).

C. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian bisnis. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 2), penelitian bisnis adalah:

“A systematic and organized effort to investigate a specific problem encountered in the work setting, which needs a solution.”

Dalam konteks ini, permasalahan yang dihadapi adalah untuk melihat apakah bisnis restoran *Purple U* layak untuk dijalankan.

Studi kelayakan bisnis ini menggunakan dua sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 38), data primer adalah:

“Data that the research gathers first hand of the specific purpose of the study.”

Berdasarkan pengertian diatas, data primer diartikan sebagai data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah:

- a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 142), kuesioner adalah:

“A preformulated written set of questions to which respondents record their answers.”

Berdasarkan pengertian diatas, kuesioner merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk menjawab. Pengambilan data dengan kuesioner ini untuk mendapatkan

informasi mengenai minat pasar terhadap restoran Purple U yang akan ditunjukkan kepada remaja generasi milenial dan generasi Z yang berdomisili di kota Palembang. Pengambilan data kuesioner dapat dilakukan dengan cara *Electronic and Online Questionnaires*.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 143) *electronic and online questionnaires* merupakan metode yang digunakan dengan menggunakan media elektronik seperti *web forms*. Keuntungan menggunakan teknik ini mudah dan cepat serta dapat menjangkau kepada suatu kelompok atau individu yang sulit untuk dijangkau. Dalam teknik ini, kuesioner yang digunakan dalam bentuk *web forms*.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 239) *sampling* adalah:

“The process of selecting a sufficient number of the right elements from the population, so that a study of a sample and an understanding of its properties or characteristics make it possible for us to generalize such properties or characteristics to the populations elements.”

Berdasarkan pengertian diatas, *sampling* merupakan pemilihan elemen yang tepat dalam jumlah yang cukup dari populasi. Dalam studi kelayakan ini, target populasi adalah seluruh penduduk di kota Palembang.

Cara pengumpulan *sampling* (Sekaran & Bougie, 2016), yaitu:

- 1) *Defining the population*.

Mengetahui target populasi untuk sebuah penelitian, Dalam penelitian ini target populasi adalah penduduk kota Palembang.

2) *Determining the sample frame*

Sampel mewakili semua elemen yang ada di populasi. Dalam penelitian ini sampel adalah pria dan wanita yang berdomisili di kota Palembang dengan pekerjaan yang bervariasi.

3) *Determine the sample design*

Terdapat dua tipe sample design yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Teknik yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini adalah non-probability sampling dimana elemen tidak mengetahui atau kesempatan telah ditentukan sebelumnya sebagai subjek.

4) *Determine the appropriate sample size*

Faktor untuk memilih ukuran sampel:

- a) Penelitian yang objektif.
- b) Tingkat ketelitian yang diinginkan.
- c) Resiko yang dapat diterima dalam memprediksi tingkat ketelitian.
- d) Jumlah variabel dalam populasi itu sendiri.
- e) Batas waktu dan biaya.
- f) Dalam beberapa kasus, sampel adalah jumlah populasi itu sendiri.

5) *Execute the sampling process*

Semua cara di atas harus dilakukan dan cara terakhir adalah skala untuk kuesioner. Skala adalah alat atau mekanisme dimana individu dibedakan satu sama lain pada variabel ketertarikan pada penelitian (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 207). Dalam studi kelayakan bisnis ini, skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk memeriksa seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 215). Contoh: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = sedikit tidak setuju, 4 = sedikit setuju, 5 = setuju, 6 = sangat setuju. Dalam studi kelayakan ini menggunakan teori (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 246) yang menyatakan bahwa jumlah responden minimal sepuluh kali dari jumlah pertanyaan.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 127), observasi adalah:

“Concerns the planned watching, recording, analysis, and interpretation of behaviour, actions, or events.”

Berdasarkan pengertian diatas, observasi merupakan rencana menonton, merekam, menganalisis, dan menafsirkan perilaku, aksi, atau peristiwa. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) menyatakan tahap observasi deskriptif yang dapat dilakukan oleh peneliti, yaitu:

1) *Space layout of the physical setting*. Contoh: denah ruangan.

- 2) *Object physical elements.* Contoh: peralatan kantor, mesin, dan peralatan listrik.
- 3) *Actors relevant detail of the persons involved.*
- 4) *Feelings, emotions, activities, action, and goals of the actors.*
- 5) *Events for instance meetings.*
- 6) *Time or the time sequence of events, feelings, actions, and the like.*

2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 37) data sekunder adalah:

“Data that have been collected by others for another purpose than the purpose of the current study.”

Berdasarkan pengertian diatas, data sekunder merupakan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain dengan tujuan yang berbeda dengan permasalahan studi kelayakan ini. Data sekunder dapat diperoleh dari internet, buku, online jurnal, website pemerintahan, dan Badan Pusat Statistik (BPS).

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Berdasarkan (Walker, 2014, hal. 7) menyatakan bahwa kata *restaurant* berasal dari bahasa Perancis *restorantes* atau *restoratives* yang merupakan nama hidangan sup di Paris oleh seorang vendor sup yaitu Boulanger pada tahun 1765.

2. Sejarah Restoran

Pada tahun 512 SM sudah ada istilah tempat makan publik di Mesir dengan menu yang terbatas dimana hanya ada satu menu yang

disajikan terdiri dari sereal, unggas liar, dan bawang. Bangsa Romawi kuno pada tahun 70 M sudah ada orang yang menjual makanan di sepanjang jalan dan toko kue (Walker, 2014, hal. 5–6).

Setelah kejatuhan Roma, makan di luar berlangsung di penginapan atau bar, tetapi terdapat 1200 rumah masak yang ada di London dan negara Eropa lainnya. Orang dapat membeli makanan yang dimasak tetapi tidak disediakan tempat duduk. Pada abad ke-18 orang yang jauh dari rumah dapat membeli makanan di tempat orang menjual minuman beralkohol (Walker, 2014, hal. 6).

Restoran pertama kali di Amerika pada tahun 1634 bernama *Coles Ordinary* yang berada di Boston dan didirikan oleh Samuel Coles. Pada revolusi Amerika, menjual makanan, minuman, dan tempat untuk tidur disebut sebagai *ordinaries*, *tavern*, dan *inn* (Walker, 2014, hal. 7).

3. Jenis-jenis restoran

Berdasarkan (Walker, 2014, hal. 29–55), jenis-jenis restoran yaitu:

a. *Sandwich Shops*

Sandwich shops lebih simpel untuk dioperasikan dibandingkan full restaurant service. Menyunya terdiri dari berbagai macam sandwich panas dan dingin yang dibuat dengan roti dan topping atau isian berupa daging dan sayur yang dipilih serta tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memasak.

Contoh: *Subway*.

b. *Quick Service Restaurants*

Pertama kali dikenalkan pada tahun 1870-an ketika kota New York memiliki restoran yang bernama *Plate House* dengan pelayanan makan siang yang cepat hanya 10 menit. Sistemnya pelanggan akan membayar terlebih dahulu sebelum diberikan pelayanan. Contoh: *McDonald*. Terdiri dari 2 jenis, yaitu:

1) *Pop-up Restaurants*

Hanya beroperasi di waktu tertentu saja. Pertama kali konsep ini dimulai di London dan secara cepat menyebar ke seluruh dunia.

2) *Food Trucks*

Merupakan fenomena menarik restoran lainnya. Langkah selanjutnya adalah perkembangan dari gerobak makanan di pinggir jalan.

c. *Quick Casual Restaurant*

Quick Casual Restaurant berada di antara *quick service* dan *casual dining*. Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi, segar, dibuat saat ada pesanan, makanan sehat, format terbatas, dekor kelas atas, dan membawa makanan. Contoh: *Kedai Cak Man*.

d. *Family Restaurants*

Berasal dari perkembangan *coffee shop style restaurant*. Biasanya terletak di tempat yang mudah dijangkau dari pinggiran

kota atau jalan antar negara. Memiliki menu yang simpel dan pelayanan di desain untuk keluarga. Contoh: *Bandar Djakarta*.

e. *Casual Restaurants*

Casual restaurant populer karena cocok dengan trend sosial dengan gaya hidup yang santai. Memiliki makanan *signature*, menu yang kreatif, dan nyaman. Contoh: *Lawless Burgerbar*.

f. *Fine Dining Restaurants*

Dapat diartikan bahwa makanan dan pelayanan yang disediakan oleh restoran mahal harganya dan biasanya lebih santai. Biasanya orang datang pada hari-hari tertentu seperti pernikahan atau ulang tahun. Contoh: *AMUZ Gourmet Restaurant*.

g. *Hotel Restaurants*

Restoran akan membayar dengan harga tinggi juru masak yang mengerti masakan Perancis, Asia, dan Amerika. Walaupun para juru masak dibayar dengan mahal, akan memberikan dekor, pengaturan meja, pelayanan, dan makanan yang elegan. Contoh: *The Beach Grill*.

h. *Steakhouses*

Restoran ini menyajikan menu yang terbatas, yaitu *steak* dengan pelayanan yang beragam. Contoh: *Holycow! Steak*.

i. *Seafood Restaurants*

Restoran ini menyajikan berbagai hidangan laut seperti ikan, lobster, udang, cumi, kepiting, dan kerang. Contoh: *River Side Restaurant*.

j. *Ethnic Restaurants*

Jenis-jenis *ethnic restaurants*, yaitu:

1) *Mexican Restaurants*

Menyediakan makanan yang terbuat dari tortilla, daging cincang, ketumbar, cabai, nasi, dan kacang-kacangan.

Contoh: *Casa Mexico*.

2) *Italian Restaurants*

Biasanya berupa pizza dan pasta. Contoh: *Toscana*.

3) *Asian Restaurants*

Makanan China merupakan makanan yang populer di seluruh dunia dan dapat ditemukan dimanapun. Contoh:

Angke Restaurant.

k. *Theme Restaurants*

Dibuat dengan ide, biasanya menekankan kesan ceria dan fantasi, glamor atau meromantisir aktivitas seperti olahraga, perjalanan, waktu (seperti retro), hampir semuanya. *Theme restaurants* sangat populer seiring berjalannya waktu. Contoh: *The Garden*.

l. *Coffee Shops*

Menu utama yang dijual adalah minuman. Terdapat makanan tetapi hanya sebagai pendamping saja. Contoh: *Starbucks*.

m. Chef Owned Restaurants

Restoran yang dimiliki oleh seorang koki yang sudah memiliki pengalaman dan biasanya dibantu oleh partner yang mengerti tentang manajemen restaurant. Contoh: *Bornga*.

n. Centralize Home Delivery Restaurants

Makanan dipesan dan diantar dengan menggunakan internet.

Contoh: *GrabFood*.

4. Jenis-Jenis Pelayanan di Restoran

Berdasarkan (Cousins et al., 2014, hal. 17–20), jenis-jenis pelayanan yang ada di restoran, yaitu:

a. Table Service

Makanan akan disajikan di meja tamu. Pelayanan ini terdiri dari:

1) *Silver/English Service*

Server akan menyajikan makanan satu per satu ke piring tamu.

2) *Family*

Makanan utama akan disajikan di meja pelanggan.

3) *Plate/American*

Makanan langsung disajikan di piring oleh dapur sehingga server menyajikan secara langsung ke pelanggan.

4) *Butler/French*

Server akan menyajikan makanan di tengah meja dan tamu mengambil makannya sendiri.

5) *Gueridon*

Makanan disajikan dengan menggunakan troli atau makanan setengah jadi di dapur dan akan di masak di depan tamu seperti flambage.

b. *Assisted Service*

Sebagian makanan akan disajikan di meja pelanggan dan pelanggan juga dapat mengambil makanan di buffet.

c. *Self Service*

Pelanggan diharapkan untuk mengambil makanannya sendiri dari buffet atau counter. Jenis-jenis *self service*, yaitu:

1) *Counter*

Pelanggan akan mengantri dan memilih menu yang diinginkan.

2) *Free flow*

Pelanggan akan bergerak secara acak untuk mendapatkan makanan yang sudah disajikan.

3) *Echelon*

Sama seperti *free flow*, hanya saja meja makanan dan pelanggan diletakkan di pinggir ruangan sehingga lebih banyak area untuk bergerak.

4) *Supermarket*

Pelanggan akan melayani diri sendiri untuk membeli barang-barang.

d. *Single Point Service*

Pelanggan akan memesan dan membayar makanan seperti pada *vending machine* dan *fast-food restaurant*. Jenis-jenis *single point service*, yaitu:

1) *Takeaway*

Pelanggan akan memesan dan membayar pada satu titik lokasi.

2) *Drive thru*

Pelanggan dapat memesan dan membayar tanpa harus turun dari kendaraan.

3) *Fast food*

Pelanggan akan memesan dan membayar makanan terlebih dahulu kemudian disajikan makanan secara langsung.

4) *Vending*

Pelanggan dapat memesan dan membayar dengan menggunakan mesin otomatis.

5) *Kiosk*

Operasional dilakukan ketika permintaan banyak atau pada lokasi tertentu.

6) *Food Court*

Pelanggan dapat memesan makanan dari tempat yang berbeda.

7) *Bar*

Memesan, membayar, dan mengonsumsi di tempat yang memiliki izin.

e. *Specialised Service (or service in situ)*

Makanan dan minuman akan disajikan kepada pelanggan di tempat secara langsung. Jenis-jenis *specialised service*, yaitu:

1) *Tray*

Metode pelayanan dimana semua atau sebagian makanan disajikan di *tray*.

2) *Trolley*

Menyajikan makanan dan minuman pelanggan dari troli.

3) *Home Delivery*

Makanan akan dikirimkan ke rumah atau kantor pelanggan.

4) *Lounge*

Pelayanan berbagai makanan dan minuman.

5) *Room*

Pelayanan berbagai makanan dan minuman ke kamar pelanggan.

6) *Drive in*

Pelanggan akan parkir kendaraan dan makanan akan diberikan di kendaraan.

5. Jenis-Jenis Menu

Berdasarkan (Cousins et al., 2014) jenis-jenis menu, yaitu:

a. *Table d'hote menu*

Memiliki jumlah yang tetap, jumlah terbatas, harga tetap, dan menu akan selesai pada waktu yang ditentukan.

b. *A'la carte menu*

Secara umum pilihannya luas, setiap makanan diberikan harga yang berbeda, dapat memakan waktu yang cukup lama untuk membuat pesanan.

6. *Purple U*

Purple U merupakan restoran serba ungu. Mulai dari desain restoran, peralatan makanan dan minuman, serta makanan yang akan disajikan kepada pelanggan. Restoran ini akan beroperasi secara indoor. Restoran ini memiliki kesan yang *instagramable* sehingga pelanggan tidak hanya menikmati makanan saja, tetapi juga dapat berfoto.

7. Konsep Bisnis

Untuk membuat makanan menjadi ungu, bahan utama yang digunakan adalah ubi ungu. Menurut (Husna et al., 2013) ubi ungu memiliki kandungan antosianin yang dapat berfungsi sebagai antioksidan, antimutagenic, dan antikarsinogenik. Dalam pengolahan ubi ungu, kandungan antosianin mengalami pengurangan, akan tetapi masih terdapat kandungan antosianin pada produk ubi ungu olahan. Sehingga ketika mengonsumsi produk olahan ubi ungu masih dapat merasakan manfaat dari ubi ungu tersebut. Bahkan produk pengolahan ubi ungu terdapat kandungan energi, protein, dan zat besi yang cukup (Rahayu et al., 2012). Konsep restoran yang akan dijalankan merupakan gabungan dari *casual dining restaurant* karena memiliki kesan yang lebih santai yang disukai banyak orang dan

theme restaurant karena akan lebih cepat populer. *Purple U* akan menyediakan menu yang merupakan *a'la carte menu* dimana akan ada banyak pilihan menu dengan harga yang berbeda. Menu yang akan ditawarkan berupa *main course*, *side dish*, *dessert*, dan *kid's menu*. Menu yang disajikan merupakan *western food* dan *Asia food*. Pelayanan yang diterapkan adalah *plate/America service* dimana makanan sudah disiapkan di piring oleh karyawan dapur dan disajikan kepada tamu. Fasilitas yang disediakan adalah tempat parkir, *Wi-Fi*, toilet, dan *AC*. Karena sedang dalam era *new normal*, maka fasilitas tambahan yang akan disediakan oleh restoran berupa termometer untuk cek suhu, *hand sanitizer*, dan wastafel. Tersedia juga layanan bawa pulang (*take away*) untuk menghindari kerumunan yang ramai di situasi pandemi ini. Pandemi COVID-19 juga membuat orang-orang beralih mengonsumsi makanan yang memberikan efek sehat, sehingga produk yang ditawarkan *Purple U* dapat menjadi salah satu alternatif.