

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Menurut data Kementerian Pariwisata 2018 (Indonesia, 2019) sejak tahun 2013 sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batubara, serta kelapa sawit sebagai penghasil devisa negara. Sektor pariwisata ditetapkan menjadi salah satu sektor prioritas pembangunan nasional. Hal ini sangat berpengaruh pada perkembangan perhotelan, hiburan, dan tujuan wisata di seluruh dunia. Perkembangan Pariwisata yang berpengaruh pada dunia perhotelan, khususnya pada sektor industri makanan dan minuman, yang dapat menjadikan peluang besar bagi usaha penyedia makanan dan minuman dalam membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Semakin meningkatnya kebutuhan manusia, terutama kebutuhan primer menjanjikan bahwa usaha penyedia makanan dan minuman tidak akan pernah hilang dan selalu jadi yang terdepan, sesuai dengan tindakan yang diambil oleh masing-masing wirausahawan.

Menurut (Walker, 2017, Hal. 268) restoran adalah:

Restaurants are a vital part our everyday lifestyles; because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize, as well as eat and drink. Restaurant offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates, to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Menurut penjelasan di atas dapat diartikan bahwa restoran adalah salah satu bagian penting dari gaya hidup. Masyarakat bukan hanya pergi mengunjungi restoran beberapa kali seminggu untuk makan, tetapi masyarakat sering melakukan perjalanan untuk bersosialisasi dengan masyarakat sekitar. Restoran menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati kebersamaan

dengan keluarga, teman, sahabat, dan rekan bisnis serta untuk memulihkan tingkat energi kita sebelum melanjutkan ke tindakan selanjutnya. Selain restoran ada juga beberapa bentuk restoran lain dan mempunyai skala yang lebih kecil yaitu kafe. Kafe menyajikan berbagai macam makanan dan minuman dengan memiliki tingkat kedatangan yang lebih tinggi daripada restoran karena harga yang ditawarkan kafe lebih terjangkau. Hal ini yang memiliki peluang yang tinggi bagi penulis untuk membuka usaha kafe.

Melihat perkembangan restoran yang terjadi di Kabupaten Tangerang dan meningkatnya permintaan masyarakat dan memunculkan pergeseran tren yang telah terjadi, menciptakan keinginan untuk membuka sebuah usaha di bidang kafe yang dapat dengan mudah dijangkau dan disukai oleh semua masyarakat.

TABEL 1
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Banten Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2016-2019 (miliar rupiah)

Lapangan	Nilai PDRB			
	2016	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	22.109	23.056	23.881	24.408
Pertambangan dan Penggalian	2.870	2.851	2.871	2.882
Industri Pengolahan	139.074	144.219	149.425	154.883
Pengadaan Listrik dan Gas	4.159	4.180	4.480	4.327
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	370	397	416	440
Konstruksi	36.308	39.314	43.363	46.159
Perdagangan Besar dan Eceran	51.486	54.652	58.614	63.059
Transportasi dan Pergudangan	25.134	27.289	29.301	29.531
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	9.166	9.925	10.664	11.512
Informasi dan Komunikasi	21.373	23.174	24.998	27.244
Jasa Keuangan dan Asuransi	11.588	12.038	12.874	13.193
Real Estat	32.004	34.539	37.261	40.521
Jasa Perusahaan	3.876	4.182	4.459	4.841

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

TABEL 1 (Lanjutan)

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Banten Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2016-2019 (miliar rupiah)

Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	6.814	7.140	7.512	8.109
Jasa Pendidikan	11.355	12.197	13.104	14.112
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	4.543	4.913	5.249	5.698
Jasa lainnya	5.609	6.073	6.536	7.102

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Dapat dilihat dari data tabel yang tertera diatas bahwa nilai produk domestik regional bruto di provinsi Banten untuk penyediaan akomodasi dan makan minum terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga tahun 2019, dari data ini menunjukkan bahwa membuka usaha di bidang makanan dan minuman dapat menjadi peluang besar untuk mendapatkan keuntungan

Burger atau Hamburger merupakan sejenis hidangan roti isi yang umumnya berbentuk bundar dan diisi oleh beberapa komponen seperti *patty* atau daging cincang yang digoreng dan beberapa tambahan lain seperti sayuran, keju, acar, bahkan hingga saus dan mayonnaise. (Andini, 2019). Burger merupakan makanan yang sangat digemari oleh masyarakat dalam memilih jenis makanan yang penyajiannya secara cepat, memiliki rasa yang khas dari daging sapi, ayam, dan ikan yang sudah di *pan seared*/goreng, serta memiliki bentuk yang terlihat menarik dan menggugah selera makan. Dengan ketertarikan masyarakat yang begitu tinggi terhadap Burger membuat penulis memiliki peluang dalam membuka usaha kafe dengan memodifikasi burger yaitu dengan menggunakan talas, ubi, dan kentang.

Umbi-umbian merupakan tanaman pangan penting sumber karbohidrat terutama dalam bentuk pati. Umbi-umbian merupakan salah satu dari banyak makanan pokok yang sering dikonsumsi di banyak negara, terutama di benua Asia dan Afrika karena mengandung kalori yang tinggi untuk dikonsumsi. Di negara Indonesia, umbi sudah banyak dikonsumsi dan diproduksi oleh perusahaan-perusahaan industri besar dalam menggunakan umbi sebagai bahan utamanya seperti tapioka, pati yang termodifikasi, gula cair, dan lain-lain. Umbi-umbian yang banyak tumbuh di Indonesia adalah ubi jalar, kentang, dan dalam jumlah yang lebih sedikit adalah umbi-umbian yang sudah mulai jarang ditemukan dari keluarga talas-talasan (*aroids*), gadung-gadungan (*yam* atau *Dioscorea*), suweg, porang, dan lainnya.

Dalam rangka menurunkan ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap komoditas pangan beras yang menjadi andalan utama sebagai sumber pangan di Indonesia, keanekaragaman pangan di Indonesia harus dimanfaatkan oleh pemerintah dengan sebaik mungkin dengan berbagai upaya sehingga diversifikasi pangan dapat tersebar secara merata di Indonesia. Salah satu caranya adalah dengan melakukan pemanfaatan bahan pangan lainnya yaitu dengan menggunakan umbi sebagai pengganti pangan utama beras yang akan diolah menjadi sebuah makanan. Umbi-umbian kaya akan nutrisi, vitamin, serta menjadi andalan produksi bagi para petani lokal sebagai mata pencaharian sehari-hari. Umbi-umbian mudah untuk dibudidayakan oleh masyarakat karena mempunyai biaya produksi yang rendah sehingga banyak dikonsumsi oleh golongan tidak mampu dan cukup berkontribusi terhadap ketahanan pangan di berbagai negara berkembang. (Estiasih, Putri, dan

Waziroh, 2017).

Talas adalah umbi yang memiliki nilai gizi yang baik dengan mengandung 1,9% protein lebih tinggi dibandingkan dengan ubi kayu (0,8%) dan ubi jalar (1,8%) dan kandungan karbohidrat (23,78) lebih sedikit dibandingkan dengan ubi kayu (37,87) dan ubi jalar (27,97). (Silaban et al., 2019). Talas Indonesia digemari oleh masyarakat Jepang karena memiliki persyaratan bahwa talas Indonesia bebas dari kontaminasi bakteri, memiliki tekstur, rasa, penampilan, warna, dan ukuran sesuai permintaan pembeli. Oleh karena itu, Jepang memutuskan untuk mengimpor talas dari Indonesia, dengan segala kriteria *food safety* yang dimiliki oleh Talas. (Republika, 2019).

Selain penjualan talas yang meningkat, menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (Republika, 2020), penjualan ekspor ubi jalar pada masa *covid-19* mengalami peningkatan penjualan ubi jalar karena semakin tingginya kesadaran masyarakat dunia terhadap pentingnya nutrisi dan vitamin yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh, dalam menuntut kualitas konsumsi makanan hasil olahan ubi yang berkualitas alami dan kemudahan dalam pengolahannya. Berhubungan dengan bertambahnya hasil penjualan dari produksi talas dan ubi di Indonesia, produksi kentang di Indonesia juga mengalami peningkatan dengan total pada tahun 2018 mencapai 1.284.760 ton dan tahun 2019 mencapai 1.314.657 ton, walaupun terjadi penurunan pada tahun 2015 sampai tahun 2017. Berdasarkan dari data yang dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa produksi talas, ubi, dan kentang di Indonesia sangat baik.

Studi menurut (Masdarini, 2016, hal. 235) mengenai pembuatan tape

dari umbi-umbian dalam menghasilkan cita rasa yang berkualitas yaitu dengan menggunakan ubi jalar ungu, ubi jalar kuning, dan talas menunjukkan hasil cita rasa yang berkualitas baik, warna cerah, rasa manis, dan tekstur lembut. Dengan studi yang menunjukkan bahwa umbi-umbian dapat diolah menjadi sebuah makanan, salah satunya adalah menjadi tape melalui proses fermentasi, Tautang Burger Café akan menggunakan umbi talas, ubi, dan kentang sebagai bahan utama pembuatan roti burger dalam membuat konsep baru dan memperkaya cita rasa yang dimiliki.

Masakan Cina diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu kantonis (masakan yang sangat beragam dan meriah, menggunakan bahan-bahan serta bumbu dari herbal dan rempah-rempah), szechuan (bumbu-bumbu dengan rasa pedas ekstrim dari paprika, bawang putih, dan cabai), shandong (menggunakan tepung gandum dan memakai kaldu arak), henan (populer dengan hidangan cita rasa saus asam manis), jiangsu (memanfaatkan daun teh segar, rebung, jamur, buah pir dan jujube), zhejiang (masakan yang tidak berlemak), anhui (berasal dari masyarakat pegunungan), dan Fujian (populer dengan seafoodnya). (Wicaksono, 2017). Berhubungan dengan masakan Cina memiliki berbagai macam varian rasa, mulai dari asam, manis, asin, dan gurih, penulis ingin membuat konsep menu café baru dengan menggunakan talas, ubi, dan kentang sebagai bahan utama dalam membuat roti burger, lalu dengan mengkombinasikan roti burger dengan isi dari varian masakan Cina.

Berdasarkan tabel dibawah, usaha penyediaan makanan dan minuman yang berada di lokasi mall/pertokoan/perkantoran menduduki peringkat persentase tertinggi, dibandingkan dengan usaha yang dibangun di lokasi hotel,

kawasan wisata (obyek wisata), kawasan industri, dan lainnya. Usaha restoran/rumah makan memiliki persentasi sebesar 70,58%, usaha katering memiliki persentase sebesar 39,56%, dan usaha penyedia makan dan minum lainnya. Usaha restoran/rumah makan yang dibangun di pertokoan sesuai dapat memberikan peluang keuntungan yang sangat besar bagi penulis untuk membuka Tautang Burger Café.

TABEL 3
Persentase Banyaknya Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Menurut Lokasi Usaha dan Jenis Usaha Tahun 2018

Lokasi Usaha	Restoran/Rumah Makan	Katering	Penyedia Makan Minum Lainnya	Jumlah
Mall/Pertokoan/Perkantoran	72,46	23,72	65,99	70,35
Hotel	1,32	0,00	1,01	1,25
Kawasan Wisata	7,48	1,92	3,37	7,01
Kawasan Industri	0,60	3,21	1,35	0,74
Lainnya	18,14	71,15	28,28	20,65
Jumlah	100	100	100	100

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Dapat dilihat dari tabel dibawah bahwa perkembangan rumah makan di daerah Kabupaten Tangerang dari tahun 2016-2019 dalam kondisi yang stabil yaitu dengan jumlah 132 rumah makan/restoran. Kabupaten Tangerang menduduki peringkat ketiga, dibawah kota Tangerang dan kota Tangerang Selatan.

TABEL 4
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten Tahun 2016-2019

Kabupaten/Kota	2016	2017	2018	2019
Kabupaten Pandeglang	102	116	122	124
Kabupaten Lebak	52	56	57	57
Kabupaten Tangerang	132	132	132	132
Kabupaten Serang	18	18	18	18
Kota Tangerang	179	385	440	452
Kota Cilegon	87	121	121	121
Kota Serang	155	107	54	68
Kota Tangerang Selatan	354	202	314	477

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

TABEL 5
 Persentase dan Kepadatan Penduduk Berdasarkan Kota/Kabupaten di Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	Persentase Penduduk		Kepadatan Penduduk (km ³)	
	2010	2019	2010	2019
Kabupaten Pandeglang	10,81	9,37	419	441
Kabupaten Lebak	11,33	10,08	351	380
Kabupaten Tangerang	26,66	29,40	2.801	3.756
Kabupaten Serang	13,19	11,67	809	870
Kota Tangerang	16,92	17,25	11.685	14.486
Kota Cilegon	3,52	3,38	2.134	2.491
Kota Serang	5,43	5,33	2.166	2.582
Kota Tangerang Selatan	12,14	13,52	8.766	11.875

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Dapat dilihat dari data tabel diatas bahwa persentase jumlah penduduk di provinsi Banten, terutama di Kabupaten Tangerang mengalami peningkatan dari tahun 2010 ke tahun 2019. Persentase penduduk di Kabupaten Tangerang tahun 2010 sebesar 26,66% dan tahun 2019 sebesar 29,40%. Peningkatan ini memiliki jumlah kenaikan terbesar yaitu sebanyak 2,74% dibandingkan dengan kota/kabupaten lainnya yang berada di provinsi Banten. Berbeda dengan kepadatan penduduk di Kabupaten Tangerang tahun 2010 sebesar 2.801 km³ dan tahun 2019 sebesar 3.756 km³. Maka dapat dikatakan bahwa Kabupaten Tangerang memiliki pangsa pasar yang luas karena pesatnya pertumbuhan penduduk.

Berdasarkan Tabel 6 dibawah merupakan data jumlah rumah makan/restoran yang memiliki izin pada DPMPSTP menurut kecamatan di Kabupaten Tangerang tahun 2016-2019. Berdasarkan data dari tabel 6 dapat dilihat bahwa kecamatan Kelapa Dua menempati peringkat pertama dengan rumah makan/restoran yang memiliki izin terbanyak di Kabupaten Tangerang, walaupun mengalami penurunan dalam 3 tahun terakhir. Maka hal ini menunjukkan adanya peluang baik untuk membuka usaha makanan dan

minuman dalam rangka meningkatkan persaingan usaha di Kecamatan Kelapa Dua.

TABEL 6
Jumlah Rumah Makan/Restoran yang Memiliki Izin pada DPMPTSP Menurut Kecamatan di Kabupaten Tangerang tahun 2016-2019

Kecamatan	2016	2017	2018	2019
Cikupa	5	8	4	4
Panongan	4	3	3	-
Curug	6	1	2	2
Kelapa Dua	152	74	73	25
Pagedangan	43	18	13	9
Cisauk	22	9	10	5
Balaraja	1	-	1	-
Kosambi	1	3	2	1

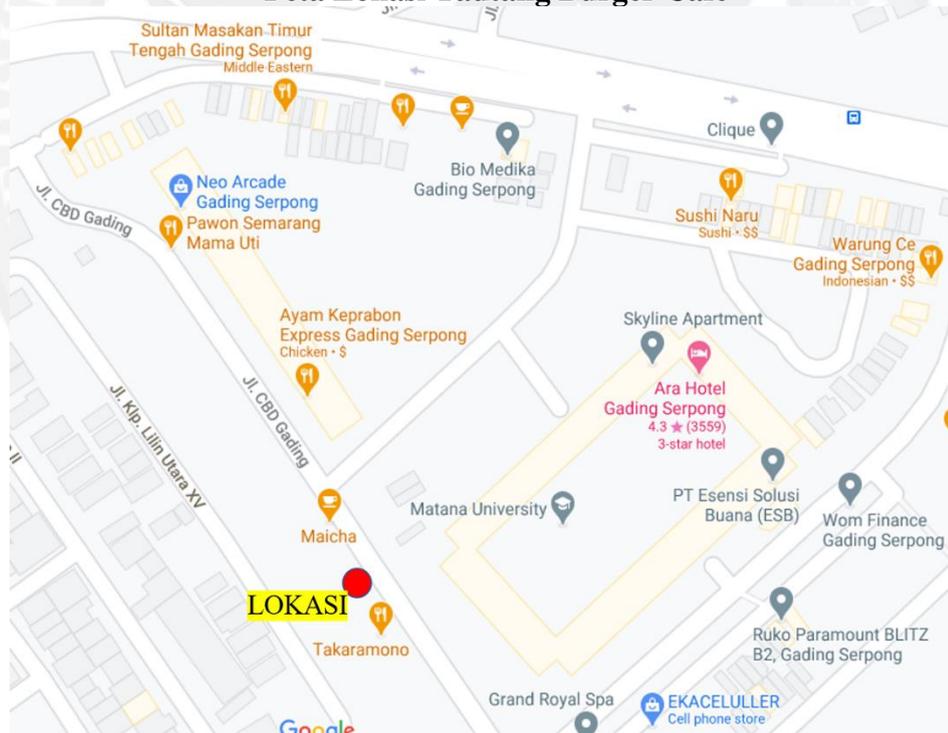
Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Tabel 6 diatas merupakan data jumlah rumah makan/restoran yang memiliki izin pada DPMPSTP menurut kecamatan di Kabupaten Tangerang tahun 2016-2019. Berdasarkan data dari tabel 6 dapat dilihat bahwa kecamatan Kelapa Dua menempati peringkat pertama dengan rumah makan/restoran yang memiliki izin terbanyak di Kabupaten Tangerang, walaupun mengalami penurunan dalam 3 tahun terakhir. Maka hal ini menunjukkan adanya peluang baik untuk membuka usaha makanan dan minuman dalam rangka meningkatkan persaingan usaha di Kecamatan Kelapa Dua.

Gading serpong merupakan salah satu wilayah yang berada di kabupaten tangerang, kecamatan kelapa dua. Gading serpong merupakan salah satu daerah di kecamatan kelapa dua yang akan menjadi salah satu lokasi yang berada strategis karena akses yang tidak susah karena dekat dengan akses jalan tol, cukup luas karena dua arah, area temparkir yang luas, lalu terdapat fasilitas perkotaan seperti universitas, tempat belanja, perkantoran, hotel dan

rumah sakit sehingga dapat mendukung untuk mencapai target market yang diinginkan. Menurut (Side, 2019), salah satu potensi investasi properti di gading serpong dapat dikatakan masih sangat luas untuk mengubah lahan kosong menjadi perkantoran (contohnya adalah paramount land) yang sudah mengembangkan sekitar ribuan hektar lahan di gading serpong sejak 11 tahun yang lalu sehingga memungkinkan bahwa wilayah gading serpong akan semakin berkembang setiap tahunnya. Dengan adanya hal tersebut, memberikan sebuah kesempatan yang sangat berpeluang bagi Tautang Burger Café untuk membangun usahanya di wilayah Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang.

GAMBAR 1
Peta Lokasi Tautang Burger Café



Sumber: googlemaps.com

Berdasarkan peta lokasi Tautang Burger Café di atas, lokasi usaha kafe berada di Ruko Paramount Neo Arcade Gading Serpong, Kabupaten Tangerang. Aktivitas yang terjadi di sekitar lokasi berdirinya usaha

menunjukkan berasal dari aktivitas dari kalangan mahasiswa dari Universitas Matana, aktivitas masyarakat dari Hotel Ara Gading Serpong, aktivitas perkantoran yang terletak di belakang lokasi kafe, dan aktivitas masyarakat dari wilayah dalam maupun luar Gading Serpong yang sedang melewati Ruko Neo Arcade. Dengan tingkat keramaian yang cukup tinggi di daerah sekitar berdirinya usaha kafe, menunjukkan peluang yang sangat baik bagi Tautang Burger Café untuk mendirikan kafe di Ruko Paramount Neo Arcade Gading Serpong, Kabupaten Tangerang.

Tautang Burger Café adalah suatu bisnis kafe yang menyajikan burger yang terbuat dari talas, ubi, dan kentang dengan berisikan *filling* masakan dari Chinese *food* dalam berbagai varian pilihan rasa. Nama usaha yang dipilih adalah Tautang Burger Café. Kata Tautang berasal dari tiga unsur kata, yaitu Talas, Ubi, dan Kentang. Tiga umbi ini yang akan menjadi bahan dasar utama dari roti burger yang akan Tautang Burger Cafe sajikan kepada para pelanggan.

Isi dari burger yang dijual oleh Tautang Burger Café terdiri dari berbagai varian makanan Chinese yang kuat akan bumbu-bumbu rempah khas. Daging *patty* yang biasanya dibuat dengan daging sapi, daging ayam, dan daging ikan dengan rasa yang umum dan dengan bentuk yang bulat, Tautang Burger Café akan membuat *filling* dari daging ayam, daging ikan, dan daging sapi dengan rasa *savoury* yang berupa berbagai macam varian masakan Chinese, yang terdiri dari rasa asam, manis, asin, gurih, dan pedas. Tautang Burger Café memberikan kesempatan kepada masyarakat dalam memilih sendiri dan mengambil sendiri varian burger dengan menggunakan

touch screen computer yang sudah Tautang Burger Café sediakan sehingga pelanggan akan merasakan pelayanan yang berbeda dari tempat makan lainnya sehingga memudahkan dan mempercepat pelanggan untuk memilih menu yang dipesan. Tautang Burger Café didesain dengan dekorasi simpel dan semenarik mungkin yang memiliki konsep studio kafe dengan pemilihan warna coklat yang akan memberikan ketenangan dan perasaan nyaman ketika pelanggan makan di Tautang Burger Café. Dalam menghadapi masa *pandemic* Covid-19 yang sedang melanda seluruh dunia saat ini, Tautang Burger Café juga memberlakukan sistem *pre order*. Segala informasi mengenai Tautang Burger Café seperti menu dan harga produk *food and beverage*, *open* dan *close pre order* yang disebarakan melalui media sosial.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dari dibuatnya studi kelayakan bisnis ini dibagi menjadi dua hal, yaitu tujuan utama (*Major Objective*), dan sub tujuan (*Minor objective*).

1. Tujuan utama:

Tujuan utama dari dibuatnya studi kelayakan bisnis ini adalah:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisis kelayakan permintaan, penawaran, segmentasi, targeting dan positioning bisnis dalam pasar, bauran pemasaran, ekonomi, sosial, legal, politik, lingkungan hidup dan teknologi yang digunakan dalam Tautang Burger Café.

b. Aspek Operasional

Menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas, hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas, perhitungan kebutuhan terhadap ruang fasilitas

untuk operasional bisnis, pemilihan lokasi, dan teknologi dari Tautang Burger Café.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis pengorganisasian perusahaan yang mencakup analisis pekerjaan, pengelola usaha dan struktur perusahaan, pengembangan sumber daya manusia dan aspek yuridis dari Tautang Burger Café.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kebutuhan dana, proyeksi dari biaya operasional, pendapatan usaha, laba rugi, arus kas, analisis *break even point*, penilaian investasi dan manajemen risiko dari Tautang Burger Café.

2. Sub Tujuan:

Sub tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah:

- a. Membuat menu dan suasana baru dari Tautang Burger Café di wilayah Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang.
- b. Memenuhi keinginan masyarakat dalam menemukan keunikan makanan burger yang berasal dari umbi-umbuan berisi *patty* yang berisikan *chinese food* yang belum banyak dibangun di wilayah Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang.
- c. Memberikan pengalaman pelayanan yang berbeda kepada pelanggan Tautang Burger Café dengan menggunakan *touch screen monitor*.
- d. Meningkatkan lapangan pekerjaan kepada masyarakat di wilayah Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang
- e. Meningkatkan perekonomian secara makro untuk daerah Kabupaten Tangerang.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis Tautang Burger Café, diperlukan data yang mendukung untuk menghasilkan suatu kesimpulan layak atau tidaknya bisnis ini dijalankan. Adapun pengumpulan data dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini menggunakan beberapa metode. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 2) data dapat diperoleh dari sumber primer atau sekunder.

1. Jenis data yang dibutuhkan

a. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 38) data primer (*primary data*) mengarah pada informasi yang berasal dari tangan pertama peneliti yang sesuai dengan variabel ketertarikan dalam menyelesaikan data studi yang dibutuhkan. Berdasarkan definisi diatas maka sumber data dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner secara tidak langsung dan melakukan observasi secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Data Sekunder

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

“Secondary data are data that already exist and do not have to be collected by the researcher.”

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dan tidak perlu dicari sehingga peneliti hanya melakukan pencarian dan pengumpulan data. Data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.

Adapun pengertian lain Data sekunder menurut (Sekaran & Bougie,

2016, hal. 116), data sekunder adalah data yang diperoleh oleh orang lain dan dipergunakan kembali untuk tujuan studi yang dilakukan sekarang. Data sekunder dapat diperoleh di badan pusat statistik, perpustakaan, kantor yang berkaitan dengan tema data yang dicari, dan lain-lain. Selain itu, akan ada tambahan lain yang diperoleh dari kutipan jurnal, buku referensi, karya ilmiah dari internet maupun *website* resmi dan berbagai macam sumber pendukung lainnya yang digunakan untuk mengkaji Tautang Burger Café layak atau tidak layak untuk dijalankan.

2. Instrumen Pengumpulan data

a. Kuesioner

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi kumpulan pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada responden untuk dicatat jawaban dari para responden. Jenis kuesioner yang akan digunakan oleh Tautang Burger Café adalah *mail and electronic questionnaires*.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 127), observasi adalah kegiatan mengawasi, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi suatu perilaku, tindakan, atau *event*. Tautang Burger Café melakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai pesaing, lokasi tempat sewa, kondisi lingkungan, dan perilaku konsumen yang berada di daerah Gading Serpong. Selain itu, observasi juga merupakan tindakan mencari informasi mengenai luas tempat usaha,

harga sewa, biaya peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan.

3. Target Populasi

Populasi menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 236) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai ciri karakteristik tertentu yang peneliti tetapkan untuk dipelajari dan melakukan pencatatan kesimpulannya. Populasi yang ditargetkan adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di sekitar Banten yang mempunyai keingintahuan dalam mencoba konsep dan inovasi baru dari sebuah makanan karena lokasi tempat usaha yang berada di Kabupaten Tangerang, tepatnya berada di wilayah Gading Serpong.

4. Sampel dan Sampel Size

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 237) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang terdapat pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *Non-probability Sampling* dengan metode *Convenience Sampling*. *Convenience Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel dengan cara mengumpulkan informasi dari para responden berdasarkan acak sesuai dengan ketersediaan responden. (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 247)

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 247) pengukuran sampel adalah:

“In multivariate research (including multiple regression analyses), the sample size should be several times (preferably ten times or more) as large as

the number of variables in the study.”

Berdasarkan pengertian di atas, aturan untuk pengukuran sampel yang valid dan reliable adalah jumlah indikator dikalikan sepuluh untuk hasil yang akurat. Jadi, jumlah kuesioner yang harus disebar oleh Tautang Burger Café dengan jumlah indikator 29 pertanyaan adalah 290 responden.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang didapat akan melalui proses pengujian untuk membuktikan bahwa sebuah data sah dan dapat diandalkan. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen yang dikembangkan yang menjadi tolak ukur sebuah konsep sedangkan uji reliabilitas adalah bentuk pengujian hasil jawaban pada setiap butir pertanyaan dalam instrumen agar terbebas dari kegagalan dan memastikan ketepatan data dalam sebuah waktu tertentu (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 220).

Menurut Sekaran dan Bougie (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 220) Uji validitas dapat dihitung dan dinyatakan sah apabila memenuhi syarat hasil dari r hitung $>$ r tabel sedangkan apabila hasil dari r hitung $<$ r tabel maka suatu instrumen dinyatakan tidak sah.

Dalam melakukan uji reliabilitas, apabila hasil uji reliabilitas lebih kecil dari 0,60 maka hasil kuesioner adalah lemah/tidak dapat diandalkan namun apabila hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 maka hasil kuesioner kuat/dapat diandalkan (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 290).

6. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data kuantitatif yang akan penulis lakukan adalah penelitian deskriptif dengan dibantu menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas mengenai bauran pemasaran dari setiap data yang penulis sudah dapatkan melalui penyebaran kuesioner.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Menurut (Walker, 2017, hal. 268), restoran adalah:

Restaurants are a vital part of our everyday lifestyles. Because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize as well as to eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates and to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Berdasarkan arti definisi dari restoran, restoran adalah salah satu bagian penting dari gaya hidup kita sehari-hari. Masyarakat bukan hanya pergi mengunjungi restoran beberapa kali seminggu untuk makan, tetapi masyarakat sering melakukan perjalanan untuk bersosialisasi dengan masyarakat sekitar. Restoran menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati kebersamaan dengan keluarga, teman, sahabat, dan rekan bisnis serta untuk memulihkan tingkat energi kita sebelum melanjutkan ke tindakan selanjutnya.

2. Sejarah Restoran

Menurut (Walker, 2017, hal. 5) sejarah restoran ini berawal dari Revolusi Perancis dari tahun 1789 hingga 1799, dan dalam hal ini turut serta dalam mengubah sejarah kuliner. Pria yang berperan penting adalah M. Boulanger, dijuluki sebagai “bapak restoran modern.” Untuk pertama kalinya, beliau berjualan sup di toko Rue Bailleul. Namanya Restorannya adalah Tangtang. Tahun 1856, restoran Eropa mulai berkembang. Tahun 1898, hotel Restoran

mulai meningkat. Hotel Savoy memiliki seorang manajer bernama César Ritz dan seorang koki bernama August Escoffier. Caesar Ritz mulai melakukan langkah pengembangan restoran yaitu dengan melakukan merenovasi restoran hotel. Pada tahun 1921, Walter Anderson (Walter Anderson) dan Billy Ingraham (Billy Ingraham) mendirikan Hamburg White Castle. Pada tahun 1959, Four Seasons Restaurant didirikan dengan konsep restoran Amerika dan mulai melepaskan diri dari konsep layanan restoran Perancis. Setelah Perang Dunia Kedua, pertumbuhan pesat hotel, motel, restoran cepat saji dan kedai kopi menjadikan kemajuan yang signifikan bagi para industry perhotelan.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker, 2017, hal. 284), klasifikasi restoran terdiri dari:

a. *Chain or Independent and Franchised Restaurant*

1) *Independent Restaurant*

Independent Restaurant merupakan restoran yang berdiri karena didasari oleh pemikiran satu orang atau lebih dengan caranya sendiri. Pemilik restoran dapat menentukan sendiri segala hal yang berkaitan dengan restoran seperti tata ruang restoran, dekorasi restoran, desain, dan konsep restaurant itu sendiri.

2) *Franchised Restaurant*

Franchised Restaurant merupakan restoran yang berdiri dengan menggunakan nama *brand* restoran yang telah ada sebelumnya. Pihak yang menggunakan nama brand yang telah ada (*franchisee*) mempunyai kewajiban dalam membayar *advertising fee*,

franchising fee, dan *royalty fee*.

b. *Fine Dining*

Fine Dining Restaurant merupakan restoran yang menawarkan pelayanan dalam penyajian makanan dan minuman dengan tingkat yang berkelas dan ternilai mewah. Acara yang diadakan tergolong kecil dengan mengundang tamu-tamu yang kelasnya lebih tinggi.

c. *Casual Dining and Dinner-House Restaurants*

Casual Restaurant merupakan restoran yang menjawab tren sosial pelanggan yang menginginkan gaya hidup yang lebih santai. Produk yang ditawarkan adalah *signature menu* atau menu yang menjadi ciri khas dari restoran tersebut. Restoran didekor dengan suasana rumahan namun berkelas agar tamu yang datang merasakan seperti sedang berada di rumah sendiri. Beberapa tipe dari jenis restoran ini, antara lain:

1) *Midscale restaurants*

Midscale restaurant merupakan restoran yang menyajikan makanan dan minuman dengan menggunakan sistem *self-service*. Tujuannya adalah dalam mengurangi biaya harga yang dikeluarkan dan meminimalisir jumlah karyawan yang bekerja.

2) *Family restaurants*

Family Restaurant merupakan restoran dengan menawarkan menu dan layanan dengan konsep yang sederhana (tidak formal) dan didesain untuk menarik banyak pelanggan yang datang ke restoran bersama dengan keluarga.

3) *Fast casual*

Fast casual merupakan restoran yang menyajikan penawaran kualitas makanan yang lebih lengkap dan lebih tinggi dibandingkan dengan restoran cepat saji. Contoh: Carl's Jr, Jakarta.

4) *Ethnic restaurant*

Ethnic restaurant merupakan restoran yang menawarkan menu makanan dan minuman dengan cita rasa yang berciri khas dari suatu negara ataupun daerah tertentu. Contoh: *Chung Gi Wa Restaurant*.

5) *Theme restaurant*

Theme restaurant merupakan restoran yang menawarkan menu makanan dan minuman dengan menghadirkan dekorasi yang disesuaikan dengan tema tertentu. Contoh: The Garden Rooftop, Jakarta.

6) *Quick-Service/Fast-Food Restaurants*

Quick Service/fast food Restaurant merupakan restoran yang menawarkan layanan cepat saji dengan pilihan menu yang terbatas. Pelanggan memesan menu yang sudah terpampang jelas di papan menu belakang kasir. Contoh: McDonalds, KFC, Pizza Hut, Bonanza, Burger King, Hoka-Hoka Bento, dan lain-lain.

7) *Sandwich Restaurants*

Sandwich Restaurants merupakan restoran yang menawarkan menu yang terdiri dari berbagai menu roti, yang sudah diolah, dimodifikasi, dan dijual menjadi menu yang populer dikalangan anak muda.

Menurut (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2014, hal. 4), kafe menyediakan

makanan dan minuman dengan jumlah yang terbatas jumlah pilihannya dengan harga yang tergolong tidak terlalu mahal, memiliki pelayanan yang terbatas, dan tingkat kedatangan pelanggannya termasuk dalam *rating* yang tinggi untuk mengunjungi kafe. Contoh: Nala Coffee di Gading Serpong.

4. Tipe-tipe Layanan

Menurut (Brown, 2015, hal. 135), terdapat bermacam-macam tipe layanan yang di gunakan dalam industri makanan dan minuman. Tipe-tipe tersebut, antara lain:

a. *French service*

French Service merupakan jenis layanan yang dilakukan dalam industri makanan dan minuman dengan formal. Makanan dibawa dengan menggunakan troli menuju meja makan para tamu dan makanan biasanya dimasak di hadapan tamu dengan dihangatkan memakai pemanas kecil yang disediakan oleh restoran.

b. *Russian Service*

Russian Service merupakan jenis layanan yang dilakukan dalam industri makanan dan minuman paling resmi dibandingkan dengan jenis layanan lainnya. *Russian service* juga dikenal dengan nama *European*, *Continental*, atau *Formal Service*. Seluruh makanan yang disajikan oleh pelayan sudah sangat terlatih berdasarkan prosedur pelayanan makanan dan minuman. Pelayan menyajikan dan membersihkan makanan dari sisi kiri tamu dengan menggunakan tangan kiri, sedangkan pelayan menyajikan dan membersihkan minuman dari sisi kanan tamu.

c. *English Service*

English Service merupakan jenis layanan yang dilakukan dalam industri makanan dan minuman dimana pelayan melakukan penyajian berbagai macam menu yang dipesan oleh para tamu dan melakukan *clear up* makanan dan minuman sesuai dengan waktu yang tepat.

d. *American Service*

American Service merupakan jenis pelayanan yang dilakukan dalam industri makanan dan minuman dimana makanan yang sudah siap disajikan dari *kitchen* langsung dibawakan ke meja tamu. *American service* cocok untuk diterapkan di dalam tempat yang kecil sehingga akan memudahkan pelayanan yang cepat dan makanan dapat disajikan selagi masih hangat.

e. *Family Service*

Family Service merupakan jenis layanan yang dilakukan dalam industri makanan dan minuman dimana tamu berhak untuk melakukan pengambilan makanan secara pribadi, setelah pelayan meletakkan makanannya di tengah meja. Hidangan penutup akan disajikan kepada para tamu setelah hidangan utama sudah habis.

f. *Buffets Service*

Buffets Service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman yang memperbolehkan tamu untuk mengambil makanan yang beraneka ragam yang telah disediakan dimeja besar. Jika tamu yang datang dalam jumlah yang banyak, akan lebih efektif untuk melakukan *set up table* dalam bentuk beberapa *section* sehingga tamu dapat menikmati makanan yang beraneka ragam secara serentak.

Menurut (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2014, hal. 17) terdapat 5 kategori jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman yaitu:

a. *Table Service*

Table Service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman oleh pelayan kepada pelanggan yang dimulai sejak pelanggan datang ke tempat makan sampai duduk di tempat duduk yang telah disediakan. Pelanggan memesan menu yang ditawarkan oleh pelayan dan pelayan yang akan mengantarkan makanan yang sudah dipesan oleh pelanggan dari dalam *kitchen*.

b. *Assisted service*

Assisted service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman oleh pelayan kepada pelanggan yang dimulai sejak pelanggan datang ke tempat makan dan langsung dipersilahkan untuk menempati tempat duduk yang telah disediakan di depan *counter*. Pelanggan bisa memesan menu yang ditawarkan oleh pelayan dan pelanggan dapat langsung mendapatkan makanan yang sudah dipesan oleh pelanggan di depan *counter*/diantarkan oleh server kepada pelanggan.

c. *Self service*

Self Service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman yang dilakukan oleh pelanggan sendiri, dimulai sejak pelanggan datang ke tempat makan, melakukan pemesanan sendiri, dan pengambilan makanan yang bisa dilakukan sendiri oleh pelanggan.

d. *Single point service*

Single point service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman oleh pelayan kepada pelanggan yang dimulai sejak pelanggan datang ke tempat makan, memesan menu yang ditawarkan oleh pelayan, melakukan pembayaran atas makanan yang telah di *order*, dan menu yang sudah dipesan dapat langsung dibawa oleh pelanggan dari *counter* pemesanan, baik untuk *dine in* atau *take away*.

e. *Specialised service*

Specialised service merupakan jenis pelayanan dalam industri makanan dan minuman oleh pelayan kepada tamu, tergantung tempat dimana tamu berada. Pelayan akan mengantarkan makanan yang sudah dipesan oleh pelanggan sesuai dengan dimana tamu berada.

5. Pengertian Menu

Menu adalah daftar makanan dan minuman yang disediakan oleh penyedia usaha bagi para pelanggan serta merupakan salah satu pengontrol yang paling utama dalam jalannya suatu usaha. (Gregoire, 2017)

6. Jenis-Jenis Menu

Jenis-jenis menu dikelompokkan ke dalam 5 jenis (Walker, 2017, hal. 278), antara lain:

a. *À la Carte Menu*

Jenis menu dengan memberikan menu yang ditawarkan kepada pelanggan dengan terdiri dari berbagai macam menu makanan beserta harga per jenis makanan dan minumannyang mencantumkan harga per jenis makanan dan minuman.

b. *Table d'hôte menus*

Jenis menu dengan menawarkan pilihan beberapa jenis makanan (dalam bentuk menu hidangan lengkap) di dalam setiap rangkaian menu. Rangkaian menu tersebut telah ditetapkan oleh pihak restoran.

c. *Du jour menus*

Jenis menu dengan mencantumkan jenis makanan yang spesial pada hari tersebut dan *Du jour menus* memiliki jangka waktu tertentu dalam setiap kali mengadakan menu special tersebut.

d. *Tourist menus*

Jenis menu yang digunakan untuk menarik perhatian para turis lokal maupun mancanegara agar memesan makanan dan menu yang telah disiapkan yaitu proses penyajian makanan yang cepat, harga yang tidak terlalu mahal, dan mencerminkan makanan khas dari daerah setempat.

e. *Cyclical Menu*

Jenis menu yang selalu mengalami perputaran sesuai waktu yang telah ditetapkan dan akan berulang lagi sesuai dengan periodenya tergantung dari kebijakan manajer restoran.

f. *California Menu*

Jenis menu yang memiliki 3 kategori yaitu breakfast, lunch, dan dessert dengan diterapkan untuk restoran yang menggunakan sistem pelayanan yang santai dan tidak mengharuskan pelanggan untuk terburu-buru dalam menyantap makanannya.

7. Pengertian *Fusion Food*

Makanan dengan teknik *Fusion* adalah menghadirkan makanan yang diolah dan disajikan atau ditampilkan dengan menggabungkan cita rasa

tradisional dan modern dari budaya yang berbeda untuk menciptakan selera yang berbeda. (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016).

8. Sejarah *Fusion Food*

Fusion Food sudah dikenal sejak tahun 1970 seorang chef dari Perancis telah memulai dengan menggabungkan makanan tradisional Perancis dengan makanan Asia khususnya makanan Vietnam dan Cina. Konsep *Fusion* cepat sekali berkembang/menyebar ke negara - negara di Eropa, termasuk Amerika. Pada dasarnya *fusion cuisine* sendiri merupakan percampuran beberapa masakan dari beberapa negara dengan ciri khasnya masing-masing dan melahirkan sebuah menu baru dengan sensasi rasa berbeda dalam satu masakan. Tak dapat disanggah bahwa makanan Asia adalah makanan yang paling banyak mendapat sorotan dunia. (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016).

9. Pengertian Burger

Burger atau Hamburger merupakan sejenis hidangan roti isi yang umumnya berbentuk bundar dan dilengkapi oleh beberapa komponen didalamnya seperti *patty* atau daging cincang yang digoreng, sayuran, keju, acar, ketimun, saus tomat, dan mayonnaise. (Andini, 2019)

10. Manfaat umbi-umbian

Kandungan karbohidrat pada umbi-umbian, sama dengan karbohidrat pada nasi. Akan tetapi, umbi-umbian dengan nasi memiliki perbedaan pada kandungan indeks glikemiks. Kandungan indeks glikemiks pada umbi-umbian memiliki kadar indeks glikemiks yang lebih rendah dibandingkan dengan nasi. Kadar indeks glikemiks yang tinggi merupakan salah satu

penyebab timbulnya penyakit diabetes dan penyakit komplikasi lainnya. Dengan mengonsumsi makanan-makanan pokok pengganti nasi diharapkan dapat membantu meningkatnya produktivitas pangan di Indonesia dan dapat meningkatkan kesehatan tubuh. (Kuswanto, 2017)

11. Jenis-jenis Masakan China

Masakan khas China mempunyai ciri khas nya masing-masing, berikut jenis- jenis masakan khas C (Rabika, 2017):

a. Cantonese

Masakan Cantonese adalah masakan yang berasal dari Guangdong yang mempunyai cita rasa yang sedikit manis dan ringan di lidah.

b. Szechuan

Masakan Szechuan adalah masakan yang berasal dari Szechuan yang mempunyai cita rasa pedas yang kuat dan dikombinasi dengan rasa asam, manis, dan asin.

c. Fujian

Daerah Fujian yang letaknya dekat dengan laut dan gunung membuat masakan khas Fujian banyak menggunakan bahan-bahan segar yang berasal dari laut dan tanaman yang berada dipegunungan sehingga membuat rasa masakan yang segar, dan dimasak asam manis menjadi kekhasan dari daerah Fujian.

d. Shandong

Daerah utara Tiongkok ini memiliki pantai yang panjang sehingga hidangan seafood selalu menjadi hidangan utama. Bahan makanan *seafood* dimasak dengan bumbu sederhana dan teknik memasaknya

agak lama sehingga menghasilkan tekstur masakan yang meresap dan empuk.

12. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Tautang Burger Café merupakan nama sebuah brand yang diambil dari tiga jenis umbi yaitu talas, ubi, dan kentang yang merupakan bahan dasar dari pembuatan roti burger, dengan menggunakan isi daging burger yang berbeda dari burger pada umumnya yaitu masakan Chinese yang bervariasi. Tautang Burger Café masuk dalam kategori kafe dengan menyajikan variasi minuman dan makanan-makanan yang tergolong cukup berat dengan menggunakan bahan umbi-umbian yang disajikan dalam bentuk burger. Selain itu, umbi-umbian sangat baik dikonsumsi sebagai salah satu bahan pengganti nasi yang cocok dikonsumsi untuk masyarakat Indonesia, dimana umbi-umbian mempunyai banyak kandungan nutrisi yang baik untuk tubuh, kaya akan vitamin, dan terdapat kandungan serat yang baik bagi masyarakat yang ingin mengonsumsi makanan rendah karbohidrat. Umbi-umbian yang berasal dari Indonesia memiliki rasa yang cocok untuk dikombinasikan dengan jenis masakan apapun sehingga Tautang Burger Café memilih sebuah konsep baru dalam menggabungkan umbi-umbian dengan masakan Chinese yang mempunyai cita rasa yang mendukung umbi yaitu manis, gurih, asin.

Rencana pendirian dari Tautang Burger Café akan didirikan di Ruko Paramount Neo Arcade Blok A Nomor 88, Gading Serpong, Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang. Dari tinjauan konseptual, Tautang Burger Café merupakan jenis kafe dengan menggunakan klasifikasi layanan *single*

point service yaitu pelanggan memesan dan mengambil makanan dan minuman yang telah dipesan dengan menggunakan *touch screen monitor* yang sudah disediakan di *cashier counter*. Tautang Burger Café memiliki peluang dalam membuat ide dan inovasi baru, serta membuat perpaduan baru dari umbi dengan masakan Chinese sehingga menghasilkan cita rasa yang baru. Tautang Burger Café ini difasilitasi dengan beberapa fasilitas dengan beberapa fasilitas seperti *free wi-fi*, *air conditioner*, dan stop kontak yang disediakan dalam setiap meja. Tautang Burger Café terbagi menjadi dua area yaitu *smoking* dan *non-smoking area*. Dalam menghadapi kondisi pandemi *covid-19*, penerapan sistem *new normal* dalam industri makanan dan minuman menjadi salah satu *main concern* saat ini. Dalam mengikuti aturan *new normal*, Tautang Burger Cafe menerapkan beberapa aturan baru yaitu dengan memberlakukan peraturan wajib memakai masker, pengecekan suhu tubuh manusia sesuai dengan standar suhu normal manusia, melakukan pembatasan jarak setiap orang dalam melakukan antrian pemesanan makanan dan saat menempati posisi tempat duduk pelanggan, dan turut serta menyediakan jasa *delivery* dari sistem *pre order* yang telah dipesan sebelumnya yaitu dengan bekerjasama dengan pihak Gojek dan Grab. Langkah ini sangat efektif dalam mencegah dan memberhentikan penularan *covid-19* di Indonesia. Jenis menu dari Tautang Burger Café adalah *a-la carte*.