BAB I

PENDAHULUAN

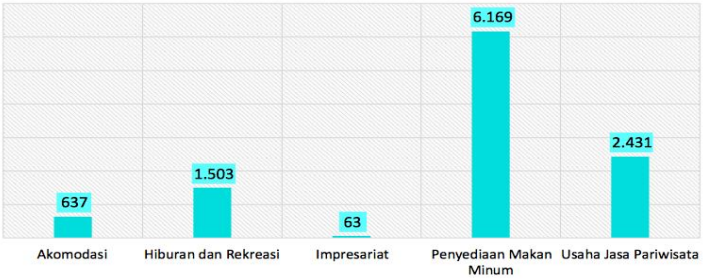
A. Gagasan Awal

Dewasa ini kafe di Indonesia menjadi salah satu bisnis dalam industry pariwisata yang menawarkan makanan dan minuman, pada hakekatnya makanan dan minuman tersebut adalah kebutuhan primer sehingga tidak dapat dihindari oleh manusia karena dibutuhkan setiap harinya dan memberikan dampak pada pertumbuhan kafe.

Menurut Barrows *et al* (2012, hal. 68), tempat makan seperti restoran atau kafe sekarang bukan hanya digunakan untuk sekedar tempat jual beli makanan dan minuman saja melainkan sebagai tempat untuk berkomunikasi dan bersosialisasi masyarakat seperti *meeting*, tren berkumpul bersama teman dan atau keluarga, tempat untuk bersantai sambil menikmati suasana, serta mengerjakan tugas danlainya. Oleh sebab itu akibat adanya tren masyarakat untuk berkumpul dan bersosialisasi, memberikan dampak bagi pertumbuhan akan jumlah penyedia makanan dan minum di Indonesia khususnya di DKI Jakarta sebagai ibu kota negara. Hal tersebut dapat dilihat melalui data jumlah industri pariwisata yang memiliki tanda daftar usaha di bawah ini

GAMBAR 1

Data Jumlah Industri Pariwisata yang Memiliki TDUP Tahun 2019



Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2019)

Berdasarkan Gambar 1, menunjukkan bahwa industry pariwisata pada penyedia makan dan minuman adalah jenis usaha industri pariwisata dengan TDUP terbanyak dibandingkan dengan jenis usaha lainnya dengan jumlah 6,169 TDUP. Dari data yang didapatkan tersebut dapat dinyatakan bahwa masyarakat di Indonesia khususnya di Kawasan DKI Jakarta lebih menyukai untuk makan dan minum di luar dibandingkan dengan mengkonsumsi di rumah. Hal ini dapat menjadi peluang yang baik untuk didirikannya sebuah usaha di sektor penyedia makan dan minum.

TABEL 1

Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta Tahun 2010-2018

Kabupaten/Kota	**Jumlah Penduduk (ribu)**		
	2010	**2015**	**2018**
Jakarta Selatan	**2.071.628**	**2.164.070**	**2.185.711**
Jakarta Pusat	895.371	910.381	914.182
Jakarta Barat	2.292.997	2.430.410	2.463.560
Jakarta Utara	1.653.178	1.729.444	1.7747.315
Jakarta Timur	2.705.818	2.817.994	2.843.816
Total DKI Jakarta	9.640.406	10.075.310	10.117.924

Sumber : Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2019)

Berdasarkan tabel diatas , Kota Jakarta Selatan merupakan kota penduduk terbanyak ketiga setelah Jakarta Barat, dengan jumlah Penduduk sebanayak 2.185.711 pada tahun 2018. Oleh sebab itu, Jakarta Selatan menjadi lokasi yang cocok untuk dijadikan tempat untuk memulai usaha makanan dan minuman jadi diatambah lagi karena Jakarat Selatan merupakan perkotaan dengan pusat

bisnis seperti perkantoran, perbankan, univeristas, sekolahan dan infrastruktur pemerintah yang lengkap seperti Mass Rapid Train (MRT), JPO, Pedestarian jalan yang lebar yang memberikan akses masuk yang mudah bagi pengunjung.

TABEL 2

Jumlah Usaha Pariwisata, 2019

No.	Rekreasi dan Hiburan Umum / Recreation adna Fun	Jumalah/ Total
1.	Restoran / Rumah Makan	802
2.	Bar	297
3.	Akomodasi / Penginapan	68
4.	Hiburan dan Rekreasi	378
5.	Arena Latihan Golf	29
Total		1.541

Sumber: Badan Pusat Statistik Jakarta Selatan (2019)

Berdasarkan Tabel 2, jumlah usaha pariwisata terbanyak di tahun 2019 adalah Restoran atau rumah makan sehingga data tersebut menunjukkan bahwa adanya peluang bagi pengusaha untuk membangun jasa penyedia makanan dan minuman di daerah Jakarta Selatan.

Akan tetapi masuknya virus COVID-19 ke Indonesia mengakibatkan perekonomian menjadi menurun, khususnya pada sektor pariwisata karena tingkat kunjungan wisman di Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan Desember 2020 yang berjumlah 164.088 kunjungan mengalami penururan dibandingkan bulan Desember di tahun 2019 (Kemenparekraf, 2020). Karena situasi yang terjadi sekarang ini mengharuskan pemerintah untuk memeberlakukan protokol kesehatan dan pembatasan jam opersional buka usaha yang mengakibatkan beberapa perusahaan makanan dan minuman tidak mampu bertahan sehingga banyak rumah makan yang menggulung tikar karena keterbatasan dari penghasilan dan tidak mampu untuk bertahan karena tidak memiliki cukup modal. Berdasarkan hasil surveri Persatuan Hotel dan

Restoran Indonesia (PHRI) pada bulan september 2020 sebanyak 9.000 lebih restoran tutup perbulan (CNBC Indonesia, 2021).

Walaupun banyaknya rumah makan yang tutup tetapi tidak menutup kemungkinan bagi pengusaha untuk mendirikan industri penyedia makan dan minum. karena Viavarium Garden Café memiliki modal yang kuat dan susbtansional. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012, hal.7), bisnis adalah usaha yang dijalankan dengan tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Maka dari itu Vivarium Garden café dibangun bukan hanya berutjuan untuk membuka cabang tetapi tujuan utama di bangunya Vivarium Garden Café adalah untuk mencari keuntungan dengan modal yang kuat dan menciptakan lapangan kerja pada situasi pademi ini untuk memberikan peluang kembali bagi para pekerja yang kehilangan pekerjaannya.

Vivarium Garden café merupakan café dengan konsep rumah kaca yang dihiasi dengan *waterfountain* dan tanaman hidup didalamnya. Vivarium dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artinya adalah tempat buatan yang terbuat dari kaca yang menyerupai lingkungan alamiah bagi mahkluk hidup. Pemilihan lokasi dibangunnya Vivarium Garden Café berlokasi di Ruko Blok-M Square Jakarta Selatan yang dikarenakan, konsep tersebut sendiri belum pernah ada di Ruko Blok- M Square Jakarta Selatan. Ruko Blok-M Square tempat dibangunnya Vivarium Garden Café memiliki akses masuk pengunjung yang baik karena lokasinya yang strategis yang berada di dekat perkantoran dan juga tempat studi seperti kantor Gojek, Universitas Binus International, Sekolah Al-azar, dan lain-lain. Selain itu Ruko Blok-M Square juga tepat berada di bawah stasiun MRT Blok M. Produk yang ditawarkan oleh Vivarium

Garden Café berfokus pada *dessert fusion* dan makanan lain serta memberlakukannya *self service.* Rencana Vivarium Garden Café di tengah pandemik yang berlangusng ini akan melakukan penjualan makanan dan minuman secara *online* baik dengan *delivery* dan *frozen* untuk meningkatkan penjualan dikarenakannya adanya COVID-19 yang menyebabkan pemerintah memberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat di luar rumah. Sehingga walaupun adanya pemabatasan kegiatan masyarakat Vivarium Garden Café tidak kehilangan pembeli dengan adanya penjualan makanan *online.* Vivarium Garden Cafe di desain dengan konsep rumah kaca yang didalamnya terdapat taman yang menggambarkan kehijauan walaupun lokasinya berada di ruko sehingga memebrikan kenyamanan dan ketenangan kepada target pasar yaitu remaja, orang dewasa baik laki-laki atau perempuan dengan umur 20-29 tahun.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis ini dapat dibagi menjadi:

1. Tujuan Utama (*Major Objective)*
   a. Aspek Pasar dan Pemasaran

      Untuk meneliti kelayakan permintaann penawaran, segmentasi, targetting dan positioning bisnis, bauran pemasaran, ekonomi, sosial, legal, politik, lingkungan hidup dan teknologi dari aspek pasar dan pemasaran dengan melakukan SWOT analisis dan *Five Forces Porter Analysis* (Analisa Lima Kekuatan) yang digunakan dalam penelitian Vivarium Garden Cafe Cafe

   b. Aspek Oprasional

      Untuk menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas, sebagai sarana untuk

memperhitungkan kebutuhan ruang fasilitas bagi operasional bisnis, pemilihan lokasi, dan teknologi yang ada di Vivarium Garden Cafe Cafe.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Untuk menanalisis pengorganisasian perusahaan dalam analisis posisi pekerjaan, pengelola bisnis, dan struktur dalam perusahaan serta pengembangan sumber daya manusia di Vivarium Garden Cafe Café.

d. Aspek Keuangan

Untuk menganalisis dari segi aspek finansial kebutuhan dana, sumber dana, perkiraan biaya pendapatan, analisis *break even point*, nilai investasi, laaba rugi perusahaan , dan menejemen risiko pada Vivarium Garden Cafe Cafe

2. Sub Tujuan (*Sub Objective)*

a. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat untuk dapat memanfaatkan waktu luangnya dengan menikmati makanan dan minuman dengan tempat yang sudah disediakan.

b. Untuk memperkenalkan masyarakat untukmembudayakan *self-service* agar menjadi lebih mandiri.

c. Menyetarakan orang disabilitas dengan membuka peluang lapangan pekerjaan bagi mereka.

d. Meningkatkan strategi bisnis untuk dapat bersaing dengan adanya pendatang baru dan kompetitor yang sudah ada sebelumnya.

C. Metodologi Penelitian

Dalam menjalankan studi kelayakan bisnis diperlukan data pendukung untuk memberikan suatu keisimpulan bagi kelayakan bisnis yang akan dijalankan. Untuk memperoleh data yang *valid*, *reliable* dan akurat, Metode yang digunakan Vivarium Garden Cafe adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti Yang berkaitan dengan variable yang diminati untuk tujuan penelitian tertentu (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 38). Data primer dapat didapatkan dengan beberapa cara yang antara lain sebagai berikut:

a. Metode survei dengan Kuesioner

Kuesioner adalah suatu kumpulan pertanyaan yang tertulis dan telah dirumuskan sebelumnya dimana responden akan mencatat dan menjawab pertanyaan dalam altenatif yang sudah didefinisikan dan jelas (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 142). Metode survei berguna untuk mengtahui seituasi dan kondisi pasar. Terdapat tiga metode untuk pengumpulan kuesioner, yaitu *personally administered questionnaries, mail questionaries,* dan *electronic and online* quationnaries (Sekaran & Bougie, 2016, hal 142). Metode kuesioner yang digunakan Vivarium Garden Cafe adalah *electronic and online* quationnaries.

1) *Electronic and online* quationnaries

Menurut Sekaran & Bougie (2016: hal. 143), *electronic and online quastionnaries* merupakan kuesioner berbentuk elektronik dan *online* yang digunakan untuk memperoleh informasi dari opini dan keinginan dari konsumen. Berdasarkan definisi tersebut jenis kuesioner yang akan

digunakan oleh *Terrarium Café* adalah *electornic and online questionnaries* karena dengan teknik pengumpulan kuesioner ini peneliti dapat menjangkau individu dan kelompok yang sulit untuk dijangkau oleh peneliti.

2) Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari individu, kelompok, kejadian atau objek lain untuk diteliti oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016 , hal. 236). Sedangkan sampel menurut Sekaran & Bougie (2016, hal 237), adalah sebuah subyek dari populasi yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti. Untuk meneliti dan mendata keseluruhan populasi, maka sampel dan proses sampel sangat dibutuhkan. Populasi yang akan ditargetkan oleh *Terrarium Café* adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di sekitar DKI Jakarta dan sekitarnya, karena lokasi rencana tempat usaha yang akan dibangun berada di Jakarta Selatan di Ruko Blok-m Square. Karena jumlah populasi yang ditargetkan luas maka untuk menghemat dana, tenaga dan waktu dengan demikian pada penelitian ini teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *convenience sampling*. Menurut Sekaran & Bougie (2016, h. 247), *nonprobability sampling* digunakan jika jumlah populasi tidak dapat dipastikan sedangkan *convenience sampling* adalah suatu teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi yang bersedia untuk menjawab.

b. Observasi

Obervasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mengamati, mempelajari, menganalisa kebiasaan, tindakan, dan peristiwa (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 127). Obeservasi yang akan dilakukan *Terrarium Café* bertujuan untuk mengamati keadaan di lokasi sekitar usaha, tata letak ruang, ketersediaan lahan parkir di sekitar Ruko Blok-m Square, perlatan *café* baik secara langsung maupun tidak langsung.

c. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan realibilitas merupakan sebuah pengujian dari sebuah instrumen untuk menguji seberapa baik isntrumen tersebut dapat dikembangkan dengan menggukur konsep tertentu, sedangkan reabilitas adalah sebuah pengukuran yang bersifat realistis dan tidak ada *bias* yang di indikasikan, oleh sebab itu reabilitas betujuan untuk memastikan pengukuran yang konsisten dan stabil (Sekaran & Bougie, 2016, h. 220-223). Dalam melakukan uji validitas menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 224), jika hasil uji reliabilitas lebih dari 0,60 maka hasil kuesioner penelitian tidak dapat diandalkan tetapi apabila hasil *Cronbach's Alpha* lebih besat dari 0,7 maka hasil kuesioner peneliti dapat diandalkan.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016, h. 37), data sekunder merupakan penelitian yang dikumpulkan sebagai data yang bertujuan lain selain untuk peneliatian yang sedang dilakukan. Pada umumnya data sekunder merupkan sumber-sumber data dalam bentuk statistik, *bulletin*, publikasi yang di buat oleh otoritas pemerintah, serta informasi yang

sudah dipublikasi atau yang belum dipublikasi yang terdapat di suatu organiasi atau diluar organisasi, situs web, dan daring. Berikut merupakan data sekunder yang digunakan dalam Vivarium Garden Cafe:

a) Publikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Adanya publikasi dari Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan bantuan bagi dibuatnya studi kelayakan bisnis ini sehingga peneliatian ini dapat mengakses informasi-infromasi tentang hal yang berkaitan dengan kepariwisataan di Indonesia yang ter-*update* melalui situs web dan artikel yang ada.

b) Internet dan Situs Web

Semua yang dilakukan di internet adalah untuk mendapatkan informasi-informasi pendukung seperti berita terkini untuk mendukung studi ini dan juga guna untuk memermudah mendapatkan data-data dari Badan Pusat Statistik yang digunakan untuk mengumpulkan seluruh infromasi yang berupa statistic.

c) Perpustakan

Seluruh teori yang tercancum pada studi kelayakan bisnis ini adalah teori yang berada di dalam buku karya ilmiah serta data yang dikumpulkan merupakan data yang berasal dari industry Pariwisata.

d) Referensi

Referensi yang dapat digunakan merpukan hasil dari karya ilmiah yang sudah ada sebagai referensi di dalam pembuatan studi kelayakan bisnis.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

   Semua kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mengunjungi berbagai fasilitas yang telah disediakan oleh pemerintah, masyarakat dan pengusaha disebut sebagai pariwisata (Ardika, 2018, h. 10).

2. Pengertian Kuliner

   International Culinary Tourism Association (ICTA), memberikan pemahaman wisata kuliner adalah suatu pengalaman yang unik dan merupakan suatu pengalaman yang tidak bisa dilupakan, pengalaman tersebut dapat dirasakan ketika berpergian keluar tapi juga bisa dirasakan saat ada dirumah.

3. Pengertian *Café*

   Café adalah sebuah tempat dengan pelayanan yang terbatas yang memiliki kunjungan pelanggan tinggi sebagai tempat untuk menghidangkan makanan dan minuman (Cousins & Lillicrap & Weekers, 2014, hal. 4).

4. Makanan Tradisional

   Merupakan tradisonal adalah makanan khas dari suatu daerah yang menjadikan makanan tersebut dikenal sebagai identitas daerahnya dan makanan tersebut memiliki cirikhas yang berbeda dengan daerah lainnya (Chandra, 2016, hal.1).

5. Makanan *Fusion*

   Menurut Walker (2011, hal. 262), makanan *fusion* adalah suatu bentuk teknik perpaduan antara dua bahan masakan yang berbeda yang disajikan

kedalam satu hidangan.

6. Klarifikasi Menu

Menurut Walker (2017, hal. 114), mendefinisikan menu sebagai sebuah jantung dalam restoran yang ditampilkan dalam sebuah tulisan yang ditawarkan untuk tamu, kemudian diklarifikasikan menjadi enam jenis antara lain:

a. *A la Carte Menu*

A la Carte Menus merupakan menu tunggal dalam pengertian menu yang ditawarkan menu yang dijual terpisah dengan harga tersendiri.

b. *Table D'Hote Menus*

Menu tipe ini memberikan penawaran berbagai makanan yang harganya sudah ditetapkan sebelumnya dan paling sering ditawarkan di hotel di negara Eropa.

c. *Du Jour Menus*

*me*nu yang disajikan pada *Du Jour Menus* adalah menu makanan yang akan disajikan pada saat itu saja atau pada hari tertentu.

d. *Tourist Menu*

Tourist Menu adalah menu yang digunakan untuk menarik perhatian orang pendatang seperti turis. Menu yang diberikan biasanya relatif murah dan mendeskripsikan rasa dari daerah tersebut yang cocok untuk turis.

e. *California Menu*

*men*u yang ditawarkan kepada pelanggan untuk dapat memesan berbagai jenis makan baik *breakfast, lunch,* ataupun *dinner* yang ditulis pada menu untuk kapan saja dalam satu hari.

f. *Cyclical Menu*

Menu yang ditawarkan kepada pelanggan dalam periode waktu tertentu.

7. Tipe Layanan di Restoran

Selfservice adalah metode yang paling sederhana dalam pelayanan, tamu langsung memilih dan memesan makanan di *counter* kemudian dapat membawa pesanannya ke ruang makan tanpa dibantu oleh pramusaji restoran (Chon & Maier, 2010, hal. 196).

8. Konseptual bisnis

Berdasarkan tinjauan konseptual, Vivarium Garden Cafe adalah sebuah café karena memiliki pelayanan yang terbatas. Nama Vivarium Garden Café di ambil dari konsep taman pada café dan desain interior kaca. Vivarium Garden Café menggunakan tipe menu *à la carte* dimana harga makanan dan harga minuman dijual secara terpisah. Jenis produk yang dihidangkan adalah *dessert, snacks,* makanan berat dan minuman yang bertemakan *fusion.* Vivarium Garden Café mneyediakan *dessert fusion* yang salah satu produk unggulannya adalah *croissants* dengan cita rasa Indonesia seperti *croissants* dengan isian klepon karena dengan menggambungkan dua makanan yang populer seperti *croissants* dan klepon akan menciptakan jenis makanan yang baru. Produk makanan yang disedikan Vivarium Garden Cafe seperti nasi goreng gila wagyu, spaghetti bakar, singkong toruffle, dan croquette rendang.

Konsep Vivarium Garden Café adalah modern dengan sentuhan kehijauan dan kaca sehingga memberikan kesan hijau dan baru bagi pengunjung. Lokasi Vivarium Garden Cafe Café berada di ruko Blok M No. 1, Melawai. Yang letaknya dekat dengan perkantoran, peberlanjaan, hotel, apartemen, univeristas, dan sekolah.