

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Di Indonesia pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang ditetapkan sebagai sektor unggulan pembangunan nasional yang sedang dikembangkan oleh pemerintah Negara Indonesia. Menurut Undang-undang Nomor 10 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Salah satu Kota di Indonesia, yakni Kota Batam di Kepulauan Riau memiliki daya tariknya sendiri dari segi pariwisata hingga kuliner. Letaknya yang strategis yaitu berbatasan dengan Negara tetangga Singapura, Malaysia, Kamboja, Thailand, Brunnei Darussalam, dan Vietnam menjadikan Kota Batam menduduki peringkat ketiga dalam destinasi pariwisata nasional. Hal ini menyebabkan Kota Batam memiliki pengunjung yang banyak setiap tahunnya.

TABEL 1
Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Udara/*Airport* dan Pintu Laut/*Seaport*

Pintu Masuk	2016	2017	2018	2019
Batam	1.510.719	1.564.717	1.887.284	1.947.943

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan tabel di atas Kota Batam merupakan pusat ekonomi Provinsi Kepulauan Riau, kontribusinya terhadap perekonomian Kepulauan Riau mencapai 62,55 % dari keseluruhan ekonomi Kepulauan Riau yang dipengaruhi oleh tingginya kedatangan wisatawan mancanegara dan

tingginya volume perdagangan baik dalam dan luar negeri menurut Badan Pusat Statistik, 2020. Berikut adalah data dari nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Batam yang diperoleh menurut lapangan usaha.

TABEL 2
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Batam Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2016-2019 (juta rupiah)

Lapangan	Nilai PDRB			
	2016	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	989.932	1.024.382	1.052.290	1.119.082
Pertambangan dan Penggalian	70.379	70.667	69.412	70.403
Industri Pengolahan	52.548.433	53.433.484	55.303.168	59.176.665
Pengadaan Air dan listrik	1.367.186	1.450.646	1.435.884	1.496.666
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	190.727	189.992	195.956	210.127
Konstruksi	18.483.679	19.051.510	20.618.936	22.046.334
Perdagangan Besar dan Eceran	6.141.980	6.374.988	6.816.434	7.123.699
Transportasi dan Pergudangan	2.936.143	3.053.305	3.097.091	2.570.098
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2.182.536	2.310.789	2.545.996	2.790.962
Informasi dan Komunikasi	2.462.979	2.647.703	2.987.911	3.345.657
Jasa Keuangan dan Asuransi	3.456.319	3.498.887	3.711.970	3.895.276
Real Estat	1.472.911	1.529.946	1.451.476	1.481.957
Jasa Perusahaan	4.870	5.070	5.434	4.960
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1.048.871	1.048.678	1.135.773	1.148.087
Jasa Pendidikan	918.843	985.480	1.007.812	1.014.976
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	719.025	789.705	818.901	836.098
Jasa lainnya	374.890	397.324	464.153	473.307

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Dapat dilihat dari data tabel yang tertera di atas bahwa nilai Produk Domestik Regional Bruto di Kota Batam untuk penyediaan akomodasi dan makan minum terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2016 hingga tahun 2019. Dari peningkatan nilai Produk Domestik Regional

Bruto di Kota Batam menunjukkan bahwa membuka usaha di bidang makanan dan minuman dapat menjadi peluang besar untuk mendapatkan keuntungan.

Bisnis restoran di Indonesia memang tak terlepas dari tren makanan dan minuman yang terus berkembang. Lebih dari itu, budaya orang Indonesia yang gemar menjadikan makanan sebagai teman untuk mengobrol semakin menyehatkan bisnis restoran tanah air. Apalagi, mayoritas masyarakat Indonesia tak segan mencoba berbagai menu baru dari berbagai suasana dan resep berbeda. (Marketeers, 2019).

TABEL 3
Jumlah Penduduk Kepulauan Riau Menurut Kabupaten/ Kota dalam (jiwa)

Kabupaten/ Kota	Jumlah Penduduk		
	2017	2018	2019
Karimun	229.194	231.145	232.797
Bintan	156.313	157.927	159.403
Natuna	76.192	76.968	77.771
Lingga	89.330	89.501	89.781
Kepulauan Anambas	41.412	41.927	42.309
Kota Batam	1.283.196	1.329.773	1.376.009
Kota Tanjungpinang	207.057	209.280	211.583
KEPULAUAN RIAU	2.082.694	2.136.521	2.189.653

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data tabel di atas, jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Kepulauan Riau adalah Kota Batam, diikuti oleh Karimun yang berada di urutan kedua dan Kota Tanjungpinang pada urutan ketiga. Kota Batam menjadi wilayah dengan penduduk terbanyak dengan pertumbuhan jumlah penduduk setiap tahunnya, Sehingga Kota Batam termasuk wilayah yang padat penduduk dengan pertumbuhan yang cukup baik.

Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk di Kota Batam pertumbuhan restoran/tempat makan juga mengalami peningkatan.

Kebutuhan primer yang tidak bisa dihindarkan oleh manusia menjadikan daya tarik tersendiri bagi wirausaha dalam menciptakan keuntungan dari fakta dan tren yang sedang berkembang. Restoran/tempat makan harus menciptakan sesuatu yang berbeda, seperti menyajikan menu makanan yang berbeda dan suasana yang jarang sekali bisa dirasakan oleh masyarakat.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran, adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Berikut merupakan jumlah rumah makan/restoran menurut kecamatan di Kota Batam.

TABEL 4
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Batam

No	Kecamatan	2018	2019
1	Belakang Padang	4	1
2	Bulang	0	5
3	Galang	5	12
4	Sungai Beduk	10	30
5	Sagulung	11	17
6	Nongsa	18	14
7	Batam Kota	75	261
8	Sekupang	40	73
9	Batu Aji	89	113
10	Lubuk Baja	197	197
11	Batu Ampar	9	48
12	Bengkong	9	11
Kota Batam		467	782

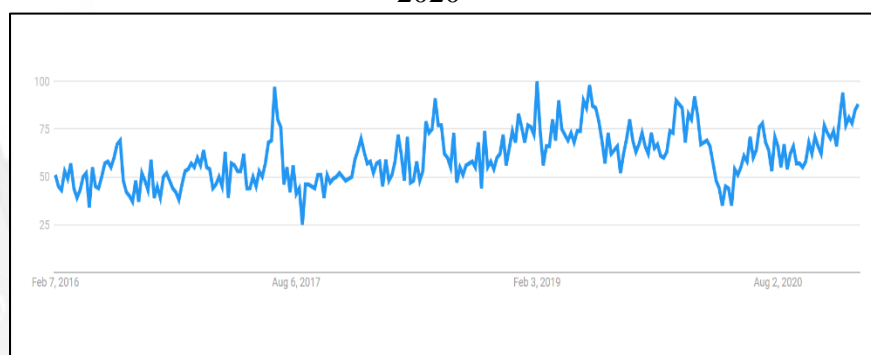
Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah restoran di Kota Batam yang paling banyak berada di Kecamatan Batam Kota dibandingkan dengan Lubuk Baja dengan jumlah restoran terbanyak kedua, dan dibandingkan dengan kecamatan yang lain yang ada di Kota

Batam. Pertumbuhan restoran di Kecamatan Batam Kota juga bertambah banyak dari tahun 2018-2019. Sehingga dengan hasil tersebut dapat memberikan potensi dan peluang yang baik untuk membuka bisnis, karena adanya kemungkinan diterimanya konsumen di Kecamatan Batam Kota.

GAMBAR 1

Grafik *Trend Analysis* Makanan Ramen di Indonesia Tahun 2016-2020



Sumber: Google Trend (2021)

Berdasarkan gambar di atas , angka mewakili minat penelusuran relatif terhadap titik tertinggi pada diagram untuk wilayah dan waktu tertentu. Nilai 100 adalah puncak popularitas. Nilai 50 berarti istilah tersebut setengah populer. 0 berarti tidak ada cukup data untuk masakan ramen. Dari analisa *trend line* menu masakan ramen, Kepulauan Riau menduduki Peringkat keenam dengan nilai sebesar 56 yang didominasi oleh Kota Batam. Hal ini berarti bahwa masakan ramen cukup populer untuk masyarakat Kota Batam. Sehingga untuk membangun sebuah restoran ramen di Kota Batam menandakan adanya ketertarikan dari masyarakat Kota Batam.

TABEL 5

Jumlah Restoran Jepang dan Klasifikasinya di Kota Batam Pada Tahun 2020

Restoran	Klasifikasi
Sushi Tei	Sushi

Sumber: Trip Advisor (2021)

TABEL 5
 Jumlah Restoran Jepang dan Klasifikasinya Di Kota Batam Pada Tahun
 2020 (lanjutan)

Nogusaya Tenpanyaki	Tenpanyaki
Zenbu	Japanese Cuisine
Asakuma	Sushi
Kaiten Sushi	Sushi
Bento Tei	Sushi
Iseya	Japanese Cuisine
Yuzu	Japanese Cuisine

Sumber: Trip Advisor (2021)

Berdasarkan data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat delapan restoran Jepang yang ada di Kota Batam, dari klasifikasi tersebut tidak terdapat restoran ramen di Kota Batam. Tidak terdapatnya restoran ramen di Kota Batam disebabkan oleh letak restoran ramen yang berada di mall, yang dimana pada saat pandemi *covid-19* jumlah pengunjung mall mengalami penurunan dan menyebabkan banyaknya restoran yang berada di mall mengalami kerugian.

TABEL 6
 Jumlah Penduduk Menurut Kelurahan dan Jenis Kelamin Menurut
 Kecamatan Batam Kota di Kota Batam Tahun 2019

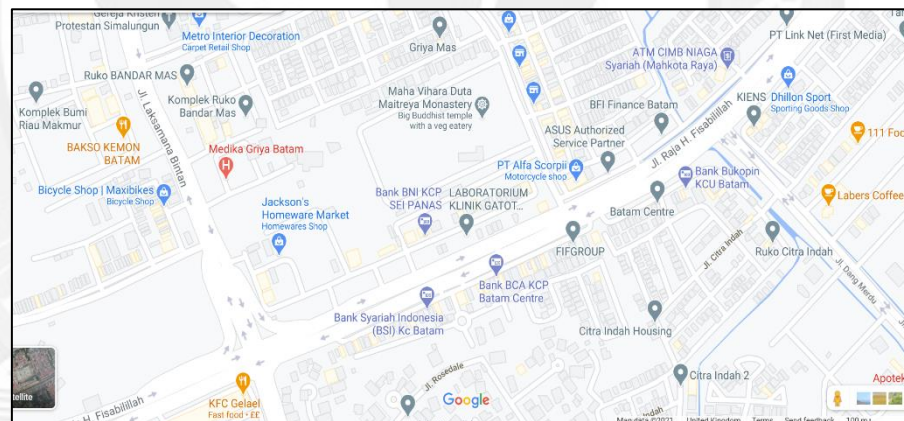
Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Taman Baloi	11.528	11.917	23.445
Baloi Permai	16.562	16.668	33.230
Belian	34.745	34.254	68.999
Teluk Tering	7.970	8.213	16.183
Sungai Panas	12.450	12.169	24.619
Sukajadi	2.606	2.676	5.282

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data yang terdapat di atas, kelurahan Belian memiliki penduduk paling banyak di Batam Kota dengan jumlah penduduk sebanyak 68.999, sedangkan kelurahan Sukajadi memiliki penduduk paling sedikit dengan jumlah penduduk sebanyak 5.282.

Kelurahan Teluk Tering di Kecamatan Batam Kota merupakan salah satu merupakan salah satu kelurahan yang sangat terkenal di Kota Batam. Daerah Teluk Tering memiliki banyak area perkantoran, bank, dan sekolah. Selain itu letaknya yang berdekatan dengan Bandara Internasional Hang Nadim dan Pelabuhan Ferry Batam Centre menjadikan lokasi tersebut sangat strategis untuk membangun dan menjalankan suatu usaha.

GAMBAR 2
Peta Lokasi Jalan Raja Haji Fisabillah



Sumber : Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan keseluruhan data diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Batam memiliki ketertarikan terhadap menu masakan ramen akan tetapi tidak terdapat restoran ramen di Kota Batam. Hal ini yang mendasari Japan Shiki Ramen untuk membangun usahanya di Ruko Mahkota Raya Jl. Raja Haji Fisabilillah Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

Japan Shiki Ramen merupakan nama yang akan dipakai diambil dari konsep empat musim di Jepang yaitu musim panas, musim dingin, musim gugur dan musim semi. “*Shiki*” merupakan bahasa Jepang yang memiliki arti empat musim. Ramen sendiri merupakan makanan mie khas Jepang yang terdiri dari mie gandum yang disajikan dengan kaldu daging atau kaldu berbasis ikan, dibumbui dengan kecap, dan menggunakan *topping* seperti irisan daging, *nori* (rumput laut kering), dan daun bawang. Japan Shiki Ramen masuk dalam kategori *ethnic restaurant*, dimana menyediakan makanan Jepang yaitu ramen dan disediakan beberapa menu untuk makanan pendamping. Usaha yang akan dibangun memiliki konsep restoran Ramen Jepang dimana Japan Shiki Ramen akan membuat konsep yang berbeda dari restoran Jepang lainnya yaitu menawarkan produk ramen menjadi makanan utama dan menggunakan tema empat musim dimana setiap ramen memiliki ciri khas masing-masing yang berdasarkan musim-musim yang ada di Jepang untuk menarik perhatian masyarakat Kota Batam.

B. Tujuan Studi Kelayakan

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

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 bisnis yang dijalankan.

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 Japan Shiki Ramen.

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 Japan Shiki Ramen.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kebutuhan dana, proyeksi dari biaya operasional, pendapatan usaha, laba rugi, kas, analisis BEP, penilaian investasi, dan manajemen resiko dari Japan Shiki Ramen.

2. Sub Tujuan

a. Membuat konsep menu baru dari Japan Shiki Ramen.

b. Memenuhi keinginan masyarakat dalam menawarkan menu baru dalam menyantap makanan ramen Jepang yang yang belum dibangun di Teluk Tering, Batam Kota

c. Meningkatkan lapangan pekerjaan kepada masyarakat di Teluk Tering, Batam Kota.

d. Meningkatkan perekonomian secara makro untuk daerah Batam Kota.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis Japan Shiki Ramen, 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 (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2016, hal. 130), data dapat diperoleh dari sumber primer atau sekunder.

1. Data Primer

Menurut (Uma Sekaran dan Rouger Bougie, 2016, hal. 130), *primary data* mengacu pada informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi. Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat dikatakan sumber data dalam penelitian ini adalah melalui cara menyebarkan kuisisioner secara langsung dan melakukan observasi secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Adapun metode pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Japan Shiki Ramen, yaitu:

a. Kuisisioner

Menurut (Umi Sekaran dan Rouger Bougie, 2016, hal. 38), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi kumpulan pernyataan tertulis yang akan diberikan kepada responden untuk dicatat jawabannya dari responden. Jenis kuisisioner yang akan disebarakan adalah *mail and electronic questionnaires*. *Mail and electronic questionnaires* adalah jenis kuesioner yang digunakan

saat respondennya mencakup wilayah geografis yang luas dan penyebarannya dilakukan melalui berbagai media, seperti pos, email dan lain-lain.(Sekaran & Bougie, 2016).

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 127), observasi adalah kegiatan mengawasi, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi suatu perilaku, tindakan, atau *event*. Japan Shiki Ramen melakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai pesaing, lokasi tempat sewa, kondisi lingkungan, dan perilaku konsumen di daerah Teluk Tering.

2. Data Sekunder

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

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

Data sekunder merupakan data yang telah tersedia sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkan. Data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat telah tersedia.

Data sekunder dapat diperoleh di perpustakaan, badan pusat statistik, kantor-kantor pemerintah dan lain-lain. Selain itu , ada tambahan lain yang diperoleh dari kutipan buku referensi, jurnal ilmiah, artikel dari internet maupun *website* dan sumber pendukung lainnya yang digunakan untuk mengkaji Japan Shiki Ramen layak atau tidak layak untuk dijalankan.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Data penelitian studi kelayakan bisnis restoran Japan Shiki Ramen akan

mengambil responden secara online kepada masyarakat yang tinggal di Kota Batam. Waktu pengiriman kuisioner akan dilaksanakan sampai dengan akhir Desember 2020.

4. Target Populasi

Populasi menurut (Sugiyono, 2017, hal. 80), menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian. Populasi yang ditargetkan adalah masyarakat yang tergolong remaja hingga dewasa dan berusia lebih dari 17 tahun yang berdomisili di sekitar Kota Batam karena lokasi rencana tempat usaha yang terletak di Batam Kota, tepatnya di Jl. Raja Haji Fisabilillah Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

5. Sampel dan *Sample Size*

Sampel menurut (Sugiyono, 2017, hal. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Terdapat beberapa teknik pengumpulan sampel, yaitu:

a. *Probability Sampling*

Menurut (Sugiyono 2017, hal. 82), *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama

bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Terdapat beberapa metode dalam teknik penentuan sampel ini, yaitu:

1) *Simple Random Sampling*

Simple Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017, hal. 82).

2) *Systematic Random Sampling*

Menggunakan pola dalam memilih responden, seperti contohnya setiap urutan kelima atau kelipatan lima (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 243).

3) *Statified Random Sampling*

Dilakukan dengan membagi populasi ke dalam beberapa kelompok yang sesuai dengan kesamaan karakteristik dan kemudian menggunakan random sampling untuk memilih responden dari setiap anggota kelompok tersebut (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 244).

4) *Cluster Sampling*

Memilih sebagian kecil dari populasi yang terlalu besar dan tidak mungkin untuk dilakukan ke seluruh responden, seperti fokus pada pengambilan responden berdasarkan area atau kota tertentu saja (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 246).

5) *Multistage Sampling*

Menggunakan kombinasi dari teknik pengambilan sampel yang

ada (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 246).

b. *Non-probability Sampling*

Non-probability sampling menurut (Sugiyono, 2017, hal. 4), adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Terdapat beberapa metode dalam teknik penentuan sampel ini, yaitu:

1) *Quota Sampling*

Menentukan jumlah yang sama dari beberapa kelompok yang dapat mewakili penelitian yang sedang dilakukan (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 248).

2) *Convenience Sampling*

Mengumpulkan responden berdasarkan acak sesuai dengan ketersediaan responden (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 247).

3) *Purposive Sampling*

Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017, hal. 85).

Jenis kuisioner yang akan disebar oleh Japan Shiki Ramen adalah *mail and electronic quisionnaires* dengan teknik pengumpulan *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Menurut (Hair, Black, Babin dan Anderson, 2014, hal. 176), standar pengumpulan sampel adalah sebagai berikut:

“A general rule is that the ratio should never fall below 5:1, meaning that five observation are made for each independent variable in the variate”

Berdasarkan pengertian diatas aturan untuk pengukuran sampel yang valid dan reliable adalah jumlah indikator tidak boleh dibawah lima, oleh karena itu jumlah kuisisioner yang harus disebarakan oleh Japan Shiki Ramen dengan indikator pertanyaan 28 pertanyaan adalah 140 kuisisioner.

6. Uji Validitas dan Realibilitas

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 pengujian hasil jawaban pada setiap butir pertanyaan dalam instrumen agar bebas dari kegagalan, serta memastikan ketepatan data dalam sebuah waktu tertentu (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 220). Menurut Sujarweni (2015, hal. 192), 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 dan Bougie, 2016, hal. 290).

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 definisi restoran di atas, maka restoran adalah merupakan bagian penting dari gaya hidup kita setiap harinya, karena bukan hanya untuk makan tetapi bagian dalam bersosialisasi. Selain itu restoran juga menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati bersama dengan keluarga, teman, sahabat, dan juga teman bisnis. Restoran juga sebagai tempat untuk mengisi energi kita sebelum melanjutkan ke aktivitas selanjutnya.

2. Sejarah Restoran

Menurut (Walker 2017, hal. 39), Sejarah restoran bermula pada saat revolusi Prancis terjadi pada tahun 1789-1799 dimana dalam hal tersebut membantu mengubah jalannya sejarah kuliner. Tokoh yang berperan penting di dalamnya yaitu M. Boulanger dengan julukan “bapak dari restoran modern”. Pertama kali Ia menjual sup di tokonya yang berada di Rue Bailleul. Ia menyebut sup tersebut dengan nama soups restaurantes yang kemudian tercetuslah nama restoran. Restoran berkembang di Eropa pada tahun 1856. Pada tahun 1898, mulai munculnya restoran hotel. Hotel Savoy yang memiliki manajer bernama César Ritz dan kokinya bernama Augustus Escoffier yang memulai merevolusionerkan restoran hotel. Pada tahun 1921, Walter Anderson dan Billy Ingraham mendirikan Hamburger White Castel. Pada tahun 1959, berdirilah restoran The Four Seasons yang dengan konsep restoran Amerika dan mulai meninggalkan konsep pelayanan restoran Prancis. Setelah perang

dunia kedua, perkembangan hotel, motel, makanan cepat saji dan kedai kopi semakin pesat.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker 2017, hal. 283), klasifikasi restoran terdiri dari:

a. *Chain or Independent and Franchised Restaurant*

1) *Independent Restaurant*

Independent restaurant merupakan restoran yang didirikan oleh satu orang atau lebih secara pribadi. Dengan hal itu memudahkan pemilik dalam menentukan konsep dari restoran, menu, dekorasi dan tata ruang secara sendiri tanpa campur tangan orang lain.

2) *Franchised Restaurant*

Franchised restaurant merupakan restoran yang didirikan dengan memakai brand restoran yang sudah ada sebelumnya. Di dalam *franchise restaurant* terdapat *franchisee* yaitu pihak yang memakai brand restoran yang telah ada dan *franchisee* memiliki kewajiban untuk membayar *franchising fee*, *royalty fee*, maupun *advertising fee* atas brand yang telah digunakan. Contoh: KFC dan McDonald's

b. *Fine Dining*

Fine dining restaurant merupakan restoran yang menawarkan makanan, minuman dan layanan yang berkelas dan ternilai mewah. Tamu yang datang kesini adalah tamu menengah ke atas dan biasanya sebagai tempat untuk acara-acara kecil.

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 dengan sistem self-service yang bertujuan untuk menekan harga dan meminimalisir jumlah karyawan yang bekerja.

2) *Family Restaurants*

Family restaurant merupakan restoran tidak formal yang menawarkan menu dan layanan yang sederhana yang didesain untuk menarik tamu yang kebanyakan datang bersama dengan keluarga maupun kerabat terdekat.

3) *Fast Casual*

Fast casual merupakan restoran yang tidak menawarkan layanan secara lengkap, namun menjanjikan kualitas makanan dan suasana yang agak lebih tinggi dibandingkan dengan restoran cepat saji.

4) *Ethnic Restaurant*

Ethnic restaurant merupakan restoran yang menjual makanan

yang menggambarkan ciri khas suatu negara maupun daerah setempat dan citarasa yang disajikan juga sangat kental dengan ciri khas suatu negara.

5) *Theme Restaurant*

Theme restaurant merupakan restoran yang menawarkan pilihan jenis makanan yang umum, akan tetapi menghadirkan dekorasi restoran yang berbeda dengan restoran lainnya dan mengusung tema tertentu. Contoh: The Garden, Jakarta.

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

Quick service/fast food restaurant merupakan restoran yang menawarkan layanan cepat saji dengan pilihan menu yang terbatas.

7) *Bakery Café*

Bakery café merupakan restoran yang diukur dari tingkat formalitasnya merupakan restoran yang lebih santai. Restoran yang menyediakan roti dan juga makanan penutup lainnya, dan berbagai minuman dasar seperti kopi dan teh. Contoh: *Morning Bakery* Batam.

4. Tipe-tipe Layanan

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

a. *French service*

French service merupakan jenis layanan resmi. Makanan dibawa

dengan menggunakan troli menuju meja makan para pelanggan dan makanan biasanya dimasak di hadapan tamu dan dihangatkan dengan menggunakan pemanas kecil.

b. *Russian Service*

Russian service merupakan jenis layanan yang paling resmi dibandingkan dengan jenis layanan lainnya, *russian service* juga dikenal dengan nama *European, Continental*, atau *Formal Service*. Makanan seluruhnya disajikan oleh pelayan yang sudah terlatih sesuai standar prosedur yang ada.

c. *English Service*

English service merupakan jenis layanan dimana pelayan membawa seluruh makanan yang dipesan oleh tamu dari kitchen dan meletakkannya di atas meja tamu. Tamu dapat mengambil makanannya secara individu.

d. *American Service*

American service merupakan jenis pelayanan dimana tamu memesan makanan kepada pelayan dan makanan disajikan dari dapur menuju tempat tamu duduk atau menunggu makanannya oleh pelayan.

e. *Family Service*

Family service merupakan jenis layanan dengan memungkinkan tamu untuk melayani dirinya sendiri dari makanan yang dibawa oleh pelayan dari dapur dengan menggunakan *tray* membawa makanan dan makanan ditaruh di tengah meja sehingga tamu dapat mengambil langsung ke piring kecil yang berada di dekat tamu. Meja

akan dibersihkan setelah hidangan utama selesai disantap dan dilanjutkan dengan hidangan penutup dengan porsi individu.

f. *Buffets Service*

Buffets service merupakan jenis pelayanan dimana tamu dapat mengambil berbagai macam makanan yang telah disediakan dan diletakkan di atas meja besar atau tempat yang telah disediakan di beberapa section di suatu restoran yang kemudian dibawa kembali oleh tamu menuju mejanya untuk disantap.

5. Pengertian Menu

Menurut (Gregoire, 2017, hal. 42), menu adalah daftar makanan maupun minuman yang menyediakan pilihan bagi pelanggan dan juga sebagai alat kontrol utama dalam operasional.

6. Jenis-Jenis Menu

Menurut Walker (2017, hal. 278), terdapat beberapa jenis menu, antara lain:

a. *À la Carte Menu*

Jenis menu yang mencantumkan harga per jenis makanan dan minuman secara langsung didalam menu yang akan diberikan atau ditawarkan kepada tamu.

b. *Table d'hôte menus*

Jenis menu yang 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 yang mencantumkan jenis makanan yang spesial pada hari tersebut dan menu ini biasanya memiliki periode waktu tertentu.

d. Tourist menus

Jenis menu yang digunakan untuk menarik turis agar memesan makanan dan menu yang dihadirkan yaitu makanan yang cepat dipersiapkan, murah dan mencerminkan makanan lokal atau daerah setempat.

e. Californiaenus

Jenis menu yang khusus berada di California.

f. 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.

7. Pengertian Ramen

Ramen merupakan makanan mie khas Jepang yang terdiri dari mie gandum yang disajikan dengan kaldu daging atau kaldu berbasis ikan, dibumbui dengan kecap, dan menggunakan *topping* seperti irisan daging, *nori* (rumput laut kering), dan daun bawang.. Ada empat jenis utama ramen Jepang, ditentukan oleh saus *tare*, atau rasa dasar *shio* (ramen berbasis garam), *shoyu* (ramen berbahan dasar kecap), *miso* (ramen rasa pasta kedelai), dan *tonkotsu* (kaldu tulang babi ramen).

8. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Japan Shiki Ramen merupakan nama yang akan dipakai diambil dari konsep yang memperkenalkan empat musim di Jepang yaitu musim

panas , musim dingin, musim gugur dan musim semi. “*Shiki*” merupakan bahasa Jepang yang memiliki arti empat. Tujuan memperkenalkan empat musim di Jepang adalah untuk menunjukkan konsep dengan ciri khas yang berbeda dimana Japan Shiki Ramen membuat menu ramen yang terinspirasi dari empat musim yang ada di Jepang. Rencana pendirian dari Japan Shiki Ramen akan didirikan Ruko Mahkota Raya Jl. Raja Haji Fisabilillah Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Dari tinjauan konseptual, Japan Shiki Ramen merupakan jenis Restoran dengan menggunakan klasifikasi layanan *American service* dimana tamu memesan makanan dan minuman kepada pelayan dan makanan akan disajikan dari dapur menuju tempat tamu duduk. Jenis menu dari Japan Shiki Ramen adalah *a-la carte* dengan beberapa tawaran menu yang sudah dibuat dalam bentuk paket dan terdapat juga beberapa *side dishes* yang disediakan. Dengan adanya konsep dan ide baru terutama di Kota Batam yang masih merupakan kota yang dalam tahap perkembangan, Japan Shiki Ramen memiliki peluang dalam membuat ide dan inovasi baru dengan memperkenalkan ramen yang memiliki ciri khas tersendiri. Konsep desain yang digunakan oleh Japan Shiki Ramen adalah *diversity in culture* karena Japan Shiki Ramen menggabungkan interior yang berciri khas Jepang tetapi disesuaikan dengan masyarakat Indonesia dengan memainkan warna dan penggunaan fasilitas serta perabotan. Warna yang akan digunakan di restoran adalah warna cokelat yang merupakan warna material alam yaitu kayu. Interior cokelat memiliki karakteristik yang hangat, memberikan kenyamanan, stabil, natural,

aman dan tradisional. Japan Shiki Ramen ini di fasilitasi dengan beberapa fasilitas seperti *free wi-fi*, *air conditioner*, dan stop kontak . 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*, Japan Shiki Ramen akan menerapkan beberapa aturan baru yaitu dengan memberlakukan peraturan wajib memakai masker, pengecekan suhu tubuh dan melakukan pembatasan jarak setiap orang (satu sampai dua meter) dalam melakukan antrian pemesanan makanan dan saat menempati posisi tempat duduk pelanggan. Japan Shiki Ramen juga akan menyediakan *hand sanitizer* di area kasir dan toilet. Langkah ini sangat efektif dalam mencegah dan memberhentikan penularan *covid-19* di Kota Batam.