

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Sektor pariwisata di Indonesia memegang peran penting bagi pertumbuhan ekonomi negara. Menurut Cooper (2016, hal. 15), pariwisata adalah kegiatan multidimensi dan multifaset yang menyentuh banyak kehidupan dan berbagai kegiatan ekonomi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yakup (2019), sektor pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sektor penyedia makan dan minum di Indonesia merupakan sektor yang terus berkembang, salah satu jenis usaha pada sektor ini adalah restoran. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistika jumlah restoran berskala menengah dan besar di Indonesia berjumlah 2.977 pada tahun 2011 dan 7.780 pada tahun 2018 yang dapat disimpulkan bahwa restoran merupakan bisnis yang berkembang.

Restoran merupakan bisnis yang menawarkan makanan dan minuman yang termasuk ke dalam salah satu komponen destinasi pariwisata yaitu *amenities*. Menurut Cooper (2016, hal. 34), *amenities* mencakup akomodasi, gerai penyedia makan dan minuman, hiburan, ritel dan penyedia jasa lainnya. Selain menyediakan makanan dan minuman yang menurut teori motivasi Abraham Maslow merupakan kebutuhan dasar setiap manusia, restoran juga menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Menurut Walker (2014, hal. 4), restoran memiliki peran yang signifikan dalam gaya hidup manusia. Kedai sudah ditemukan pada tahun 1700 SM dan tercatat pada tahun 512 SM ditemukan menu pada tempat makan di Mesir kuno yang menawarkan satu jenis pilihan hidangan (Walker, 2014, hal. 5). Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup pergi

makan keluar sudah menjadi kegiatan yang umum dan dibutuhkan sepanjang sejarah manusia, dan restoran menjadi peran yang penting untuk mendukung kegiatan ini. Namun pada awal tahun 2020 terjadi penurunan perkembangan terhadap sektor pariwisata diseluruh dunia akibat pandemi yang disebabkan oleh COVID-19, restoran termasuk salah satu sektor yang terkena dampak dari pandemi ini. Sebanyak 2000 hotel dan 8000 restoran tutup akibat pandemi COVID-19 dikatakan Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia Hariyadi Sukamandi (Jannah, 2020). COVID-19 merupakan singkatan dari *Corona Virus Disease* 2019, penyakit ini disebabkan oleh virus corona yang pertama kali ditemukan di Kota Wuhan, Tiongkok pada tahun 2019.

Dalam upaya melawan pandemi COVID-19 Pemerintah Indonesia melakukan program Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada beberapa daerah diantaranya adalah Jakarta dan Tangerang dengan tujuan agar masyarakat mengikuti himbuan *physical distancing* untuk mengurangi terjadinya kontak fisik yang dapat menjadi potensi penyebaran virus. Penerapan PSBB ini menyebabkan masyarakat menjadi tidak sering berpergian keluar rumah. Dengan diperlakukan PSBB terjadi beberapa perubahan tren pada perilaku konsumen diantaranya adalah menjaga pola makan yang lebih sehat dan pembelian makanan melalui media daring dengan layanan antar kerumah (*delivery*) dan makanan dibawa pulang (*take out*).

TABEL 1

Penggunaan Media Daring untuk Belanja Sebelum dan Sesudah Pandemi COVID-19 di Indonesia Pada Juni 2020

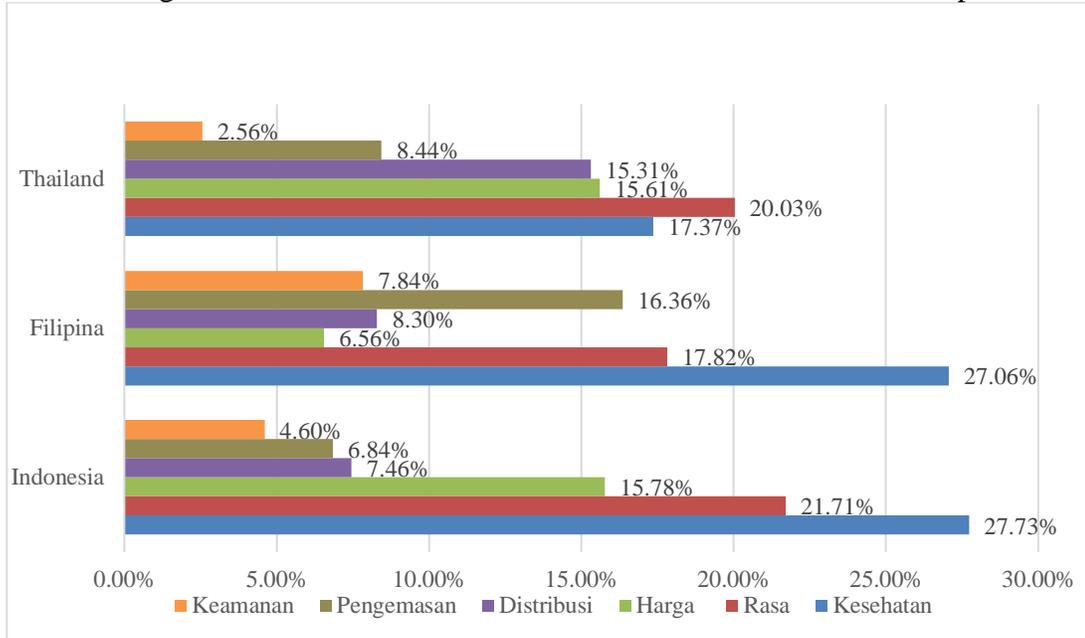
Kategori	Sebelum COVID-19	Pertumbuhan konsumen yang melakukan pembelian melalui media daring	% Pertumbuhan Konsumen yang melakukan pembelian melalui media daring
Bahan Makanan	37	+18	49
Pengiriman makanan melalui layanan pesan antar dan dibawa pulang	68	+17	25
Makanan ringan	34	+24	71
Kebutuhan Rumah Tangga	31	+20	65
Produk perawatan pribadi	38	+14	37
Perawatan kulit dan riasan	63	+15	24
Obat – obatan	28	+21	75
Vitamin dan suplemen	37	+25	68
Pakaian	55	+14	25
Aksesoris	59	+0	0
Perhiasan	25	+19	76
Hiburan di Rumah	82	+9	11

Sumber: Mckinsey & Company (2020)

Data dari Tabel 1 diatas mendukung pernyataan sebelumnya yang menjelaskan akan terjadi perubahan tren konsumen di Indonesia dalam memesan makanan menggunakan pemesanan melalui media daring. Tertulis pada Tabel 1 diatas bahwa terjadi peningkatan sebanyak 25% pada kategori pengiriman makanan melalui layanan pesan antar dan dibawa pulang pada saat pandemi. Data dari Tabel 1 diatas juga didukung oleh hasil survey yang dilakukan oleh Mckinsey & Company (2020), bahwa sebanyak 59% konsumen di Indonesia takut untuk pergi makan ditempat (*dine-in*) pada restoran selama pandemi.

GAMBAR 1

Pendorong Konsumsi Berdasarkan Diskusi Konsumen Januari 2020 – April 2020



Sumber: Food Industry Asia 2020

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *Food Industry Asia* (2020), faktor kesehatan menjadi prioritas utama pendorong konsumsi makanan di Indonesia selama pandemi COVID-19, dengan hasil 27.73% dan kemudian faktor rasa dengan hasil 21.71%. Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa faktor kesehatan yang dimaksud adalah makanan yang kaya akan vitamin dan nutrisi.

Makanan dengan bahan dasar yang berasal dari laut atau biasa disebut boga bahari, merupakan salah satu jenis pangan jika dikonsumsi dengan porsi yang tepat akan baik untuk kesehatan, dan beberapa dari jenis boga bahari juga kaya akan vitamin dan nutrisi. Sejalan dengan pernyataan dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2016), Ikan kaya akan gizi esensial yang sangat bermanfaat bagi kesehatan dan kecerdasan. Ikan mengandung protein, karbohidrat, vitamin, mineral, asam lemak omega 3, 6, 9 yang baik manfaat nya untuk tubuh manusia. Kandungan asam amino

dan omega 3 nya jauh lebih baik jika dibandingkan dengan bahan pangan sumber protein yang lainnya. Kementerian Kelautan dan Perikanan Indonesia juga melakukan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (GEMARIKAN) untuk meningkatkan jumlah konsumsi ikan pada masyarakat upaya dalam meningkatkan asupan gizi masyarakat Indonesia.

Indonesia merupakan negara maritim yang memiliki jenis ikan dan biota laut yang bervariasi. Berdasarkan pernyataan dari Direktorat Jendral Pengelolaan Ruang Laut, Indonesia memiliki 17.499 pulau dengan luas total wilayah Indonesia sekitar 7,81 juta km². Sebanyak dari total luas wilayah tersebut, 3,25 juta km² adalah lautan dan 2,55 juta km² adalah Zona Ekonomi Eksklusif. Hanya sekitar 2,01 juta km² yang berupa daratan (Pratama, 2020). Keunggulan ini seharusnya dapat dimanfaatkan untuk membantu meningkatkan sumber perkonomian negara. Sesuai dengan pernyataan dari Menteri Edhy Prabowo pada portal resmi Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia (2020), beliau mengeskakan bahwa sektor kelautan dan perikanan bisa menjadi andalan bagi perekonomian Indonesia.

TABEL 2

Negara dengan Tangkapan dan Produksi Laut Terbesar di Dunia Tahun 2018

No.	Nama Negara	Jumlah Produksi Tahunan (dengan satuan juta metrik ton)
1.	Tiongkok	12.68
2.	Peru	7.15
3.	Indonesia	6.71
4.	Rusia	4.84
5.	Amerika Serikat	4.72
6.	India	3.62
7.	Vietnam	3.19
8.	Jepang	3.10
9.	Norwegia	2.49
10.	Chili	2.12

Sumber: *Food and Agriculture Organization 2020*

Berdasarkan data dari Tabel 2 diatas membuktikan bahwa luasnya lautan di Indonesia juga menjadikan Indonesia sebagai penghasil ikan yang masif dan menjadi peringkat ketiga dalam penghasil Ikan terbesar di dunia pada tahun 2018. Indonesia terletak pada urutan ketiga dengan jumlah penghasil ikan sebesar 6.71 juta metrik ton dibawah Tiongkok dengan jumlah 12.68 juta metrik ton dan Peru dengan jumlah 7.15 juta metrik ton.

Keunggulan dapat dimanfaatkan untuk ikut membantu mengembangkan perekonomian negara melalui komponen wisata lainnya seperti restoran, tetapi untuk membuka restoran dengan konsep *dine in* dan terbuka untuk publik pada masa pandemi COVID-19 ini sangat beresiko dari segi bisnis dan juga kesehatan. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh *Centers for Disease Control and Prevention of America* (2020), membuktikan bahwa jumlah orang dewasa yang terkonfirmasi terkena COVID-19 tercatat dua kali lebih banyak jumlahnya dikarenakan pernah mengunjungi dan makan di Restoran saat masa pandemi. Hal ini diduga karena terjadi kontak jarak

dekat dan sirkulasi udara pada restoran, bahkan sudah mengikuti anjuran penggunaan masker dan protokol kesehatan.

Bisnis yang akan diuji kelayakannya oleh penulis adalah Ichthus Private Dining yang terletak di kawasan perumahan BSD, Tangerang Selatan yang merupakan kawasan perumahan terencana dengan ketersediaan fasilitas dari kawasan industri, perkantoran, perdagangan, pendidikan, wisata dan memiliki akses jalan tol yang membuat kawasan ini mudah untuk dijangkau. Ichthus Private dining merupakan bisnis yang menyediakan layanan dan jasa *private event catering* dengan fasilitas *private chef* yang dapat diundang untuk masak di acara pribadi tamu dan *private dining space* untuk tamu yang datang makan ke restoran (*dine-in*) untuk merayakan hari atau acara privat dengan tema makanan yang menyoroti kekayaan boga bahari di Indonesia. Ichthus Private Dining juga ingin membangun bisnis yang dapat membantu mempopulerkan variasi ikan dan biota laut yang ada di Indonesia dan dapat mengolah bahan baku semaksimal mungkin agar dapat mengurangi *food waste* yang terjadi di Indonesia.

TABEL 3
Negara Penghasil Limbah Makanan Terbesar Tahun 2017

No.	Negara	Jumlah Limbah yang dihasilkan Per orang dalam 1 tahun (Kg)
1	Arab Saudi	427
2	Indonesia	300
3	Amerika Serikat	277
4	Uni Emirat Arab	196

Sumber: *Food Sustainability Index 2017, The Economist Intelligence Unit*

Data yang tercatat pada Tabel 3 diatas menjadi dasar dari alasan Ichthus Private Dining ingin berkontribusi untuk membantu mengurangi kasus *food waste* di Indonesia yang menjadi peringkat kedua setelah Arab Saudi pada tahun 2017 dengan rata-rata satu orang dapat menghasilkan sampah makanan hingga tiga ratus kilogram per tahun dan seiring bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia maka akan semakin banyak jumlah limbah makanan yang akan dihasilkan. Konsep *private event catering* dengan fasilitas *private chef* dan *private dining space* dipilih oleh penulis karena pada masa pandemi COVID-19 ini akan lebih mendukung dan dapat membantu pemerintah untuk mengurangi terjadinya potensi penularan karena setiap acara yang dilakukan bersifat privat dan juga konsumsi boga bahari memberikan pangan yang kaya akan nutrisi dan vitamin.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah Ichthus Private Dining ini layak untuk dijalankan dari segala aspek yang ada didalamnya, tujuan pada Studi Kelayakan Bisnis ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu, *major objectives* dan *minor objectives*.

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Menganalisis setiap aspek yang terkait dalam perencanaan Ichthus Private Dining. Beberapa aspek tersebut adalah:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisis permintaan dan penawaran, penentuan target, segmentasi, dan lingkungan sekitar.

b. Aspek operasional

Menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas, perhitungan kebutuhan ruang fasilitas, pemilihan lokasi dan teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis struktur organisasi, sumber daya manusia, pelatihan dan pengembangan, dan aspek legal.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis sumber dana, proyeksi neraca, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi rugi laba, analisa *break event point*, penilaian investasi, dan manajemen risiko

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

a. Membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sekitar

b. Menambah variasi baru bagi para pelanggan maupun restoran sekitar

c. Memperkenalkan variasi Boga bahari dari lautan Indonesia ke masyarakat sekitar

d. Membantu menyukseskan program GEMARIKAN yang dilaksanakan oleh Kementrian Kelautan dan Perikanan Indonesia

C. Metodologi

Penelitian dalam studi kelayakan bisnis dilakukan untuk dapat menyediakan informasi yang akurat dan terpercaya maka itu membutuhkan dukungan data. Data yang digunakan harus valid dan reliabel untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel maka harus dikumpulkan dengan metode ilmiah. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dengan mengumpulkan data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Menurut Veal (2018, hal. 38), data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk proyek yang sedang dilakukan. Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan cara peneliti menyebarkan kuesioner langsung secara daring kepada sampel yang akan diteliti dan observasi.

a. Kuesioner

Pengertian kuesioner menurut Veal (2018, hal. 311), adalah sebuah rangkaian pertanyaan yang ditulis atau dicetak dalam suatu dokumen untuk mencatat jawaban dari pertanyaan yang tersedia. Dari penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa kuesioner merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dan media untuk mencatat jawaban.

1) Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada studi kelayakan bisnis ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Menurut McMillan & Schumacher (2014, hal. 213) kuesioner tertutup adalah kuesioner

dengan pilihan jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti. Kuesioner disebarakan kepada responden secara daring (*Electronic and Online Questionnaires*) . Penyebaran kuesioner secara daring dilakukan dengan memberikan undangan tautan melalui e-mail ataupun jaringan sosial lainnya (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 143).

2) Populasi dan sampel

Populasi adalah keseluruhan dari kategori subjek yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian sedangkan sampel adalah beberapa subjek yang dipilih dari populasi (Veal, 2018, hal. 414). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah individu atau kelompok orang yang datang mengunjungi daerah Tangerang selatan terutama kawasan perumahan BSD. Sampel pada penelitian ini dipilih dari populasi menggunakan metode *sampling* non probabilitas jenis *convenience sampling* yaitu dengan memilih responden atas dasar dapat diakses dan ketersediaan responden (McMillan & Schumacher, 2014, hal. 151).

3) Uji validitas dan reliabilitas

Menurut McMillan & Schumacher (2014, hal. 116), validitas adalah tingkat dimana penjelasan ilmiah sesuai dengan kenyataan. Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen yang dikembangkan untuk menjadi tolak ukur suatu konsep. Menurut (McMillan & Schumacher, 2014, hal. 195), uji realibilitas adalah menguji konsistensi suatu alat pengukur, dimana hasil akan tetap konsisten bila diukur pada instrumen yang serupa. Berdasarkan

definisi diatas dapat disimpulkan bahwa uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi dan kestabilan data dari instrumen yang diukur.

b. Observasi

Menurut McMillan & Schumacher (2014, hal. 224), Metode observasi merupakan sebuah cara pengumpulan informasi yang berbeda dengan melakukan wawancara maupun kuesioner. Informasi yang didapat bukan dari tanggapan seseorang melalui pertanyaan atau pernyataan melainkan dari penglihatan dan pendengaran penulis sendiri. Peneliti pergi ke lapangan untuk melihat kondisi pasar dan unit yang akan dibangun, observasi dilakukan di daerah kawasan perumahan BSD guna untuk memperoleh data mengenai keadaan pasar dan wilayah perumahan BSD, Tangerang Selatan.

2. Data Sekunder

Menurut McMillan & Schumacher (2014, hal. 6), data sekunder adalah data yang telah didapat sebelumnya dan tersedia dalam *database* yang bisa digunakan kedepannya. Data sekunder pada penelitian ini digunakan untuk menjadi data pendukung data primer yang sudah terlebih dahulu meneliti dan mempelajari tentang hal yang berkaitan. Pada penelitian ini penulis akan mengumpulkan data sekunder dari jurnal penelitian, buku, dan Internet.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Industri Pariwisata

Industri pariwisata terdiri dari bermacam – macam komponen yang diperlukan oleh wisatawan dan merupakan salah satu industri terbesar didunia. Menurut Walker (2017, hal. 399), industri pariwisata adalah industri terbesar diseluruh dunia yang berkembang dan bergerak karena adanya dorongan kebutuhan dari konsumen, yang terdiri dari kumpulan beberapa industri seperti penginapan, *meetings and events*, pariwisata dan perjalanan, restoran hingga rekreasi. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa industri pariwisata merupakan rangkaian dari beberapa komponen dari produk hingga jasa yang diperlukan oleh wisatawan seperti tempat makan dan minum hingga taman hiburan.

2. Pengertian Restoran

Menurut Payne-Palacio & Theis (2015, hal. 26), penggunaan kata restoran pertama kali digunakan di paris pada tahun 1765. Restoran berasal dari kata kerja bahasa perancis *restaurer* yang artinya *to restore* atau *to refresh* bila diartikan ke bahasa Indonesia adalah mengembalikan atau menyegarkan kembali. Menurut Walker (2014, hal. 4) restoran telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia karena kebutuhan manusia untuk bersosialisasi, makan dan minum.

3. Jenis – jenis Restoran

Menurut Culinary Institute of America (2014, hal. 46), restoran dapat dibagi menjadi 3 tipe dasar yaitu *fine dining*, *bistro/trattoria*, dan *casual/family*.

a. *Fine dining*

Tipe restoran *fine dining* ini memberikan suasana restoran yang mewah dan nyaman. Menu yang ditawarkan biasanya merupakan jenis menu *table d'hote* atau juga biasa disebut dengan *prix fixe meal*.

b. *Bistro/Trattoria*

Restoran dengan suasana dan pembawaan yang simpel dan nyaman. Meskipun tidak sebesar dan mewah *fine dining* namun pada jenis restoran seperti ini pelayanan yang diberikan harus sopan, penuh perhatian dan efisien.

c. *Casual/Family*

Jenis restoran *Casual/Family* ini mencakup kategori restoran *family style* dan rumah makan pada umumnya. Pelayanan yang diberikan harus tetap baik, meskipun pengalaman kerja pelayan pada restoran ini kurang berpengalaman dibanding *fine dining* dan *bistro/trattoria*.

4. Jenis – jenis Menu

Jenis menu pada suatu restoran dipengaruhi dari konsep pada suatu restoran tersebut, pemilihan jenis menu biasanya dipilih menyesuaikan operasional restoran. Menurut Payne-Palacio & Theis (2015, hal. 135), menu restoran dapat diklasifikasikan menjadi seperti berikut:

a. *Static menu*

Menu yang sama digunakan setiap hari. Jenis menu ini dapat ditemukan pada restoran dan layanan makanan lain yang

pelanggannya berganti setiap hari, atau *item* pada menu yang tercantum sudah cukup bervariasi.

b. *Single-use menu*

Menu yang dirancang untuk hari atau acara tertentu dan tidak akan digunakan kembali dengan bentuk yang sama.

c. *Cycle menu*

Suatu menu yang terencana yang berputar pada interval tertentu dari beberapa hari hingga beberapa minggu.

d. *Table d'hote menu*

Menu yang menawarkan hidangan lengkap dari pembuka hingga penutup dengan harga yang telah ditetapkan.

e. *Selective menu*

Berisikan dua pilihan atau lebih, dalam beberapa kategori menu. Kategori yang biasa ditawarkan biasanya berupa *appetizers, entrees, side dishes, desserts, and beverage*.

f. *Semiselective menu*

Menu yang berisi satu atau lebih pilihan makanan dalam setidaknya satu kategori menu.

g. *Non selective menu*

Hanya memberikan satu jenis *item* pada menu dan tidak ada pilihan lain. Organisasi yang menggunakan menu non-selektif ini biasanya memiliki alternatif lain untuk ditawarkan jika pelanggan tidak menginginkan *item* yang ditawarkan.

5. Tipe Layanan di Restoran

Menurut Payne-Palacio & Theis (2015, hal. 254), tipe layanan pada dasarnya dibagi menjadi berikut:

a. *Self-service*

Tipe pelayanan paling sederhana, dimana tamu langsung memilih dan memesan makanan pada kasir lalu membawanya sendiri tanpa dibantu oleh pegawai restoran. Pengaplikasian tipe pelayanan ini biasa digunakan pada *cafeteria, buffet, dan drive thru*.

b. *Tray service*

Tray service memiliki dua tipe yaitu *centralized* dan *decentralized*.

1) *Centralized delivery service system*

Makanan telah disusun terlebih dahulu diatas *tray* pada dapur pusat. Lalu akan diantarkan dan disajikan kepada pelanggan.

2) *Decentralized delivery service system*

Tipe pelayanan *decentralized* merupakan lawan dari tipe pelayan *centralized* yaitu makanan didistribusikan ke unit layanan terlebih dahulu dan kemudian makanan disusun dengan menggunakan berbagai metode saat akan disajikan.

c. *Wait service*

1) *Counter*

Tamu duduk pada *counter*, tipe pelayanan ini memberikan kemudahan dan kecepatan layanan.

2) *Table Service*

a) *American Service*

Makanan telah diporsikan dan dihidangkan ke piring saji didalam dapur dan akan disajikan ke tamu dalam keadaan sudah siap dikonsumsi.

b) *French Service*

Makanan dibawa ke ruang makan menggunakan *gueridon* dan diletakan diatas piring saji untuk diberikan ke tamu.

c) *Russian Service*

Setiap jenis makanan dan sausnya secara terpisah ditata dan dihias pada satu piring besar, kemudian pramusaji akan mempersiapkan makanan yang akan dihidangkan ke tamu.

d) *Banquet Service*

Makanan telah disiapkan dan disajikan langsung pada meja makan untuk jumlah yang sudah ditentukan dan terkadang sudah disusun sebelum tamu datang.

d. *Portable meals*

Merupakan layanan makan diluar lokasi yang memerlukan perhatian khusus pada kualitas makanan selama perjalanan. Layanan ini dibagi menjadi *Off-Premise Delivery* dan *On-Premise Delivery*.

6. *Private Event Catering*

Private adalah istilah yang digunakan ketika suatu hal atau barang yang dimiliki oleh seseorang atau grup tertentu dan tidak terbuka untuk umum.

Menurut Cousins (2014, hal. 355), *Event Catering* adalah istilah yang digunakan untuk sebuah layanan jasa pada suatu acara yang sudah ditentukan yang menyajikan makanan dan minuman. Maka dapat disimpulkan bahwa *private event catering* adalah layanan jasa pada suatu acara dengan menyajikan makanan dan minuman dengan menentukan tema sesuai dengan kegiatan acara yang akan dilakukan yang tidak terbuka untuk umum.

7. Boga Bahari

Boga bahari merupakan sebutan lain dari masakan laut yang sudah umum dikonsumsi oleh manusia. Menurut Wilk & Hamada (2019, hal. 1), boga bahari sudah sangat lama telah menjadi bagian penting untuk pemenuhan kebutuhan pangan manusia. Penemuan berupa kalung dari cangkang kerang dimakam *Homo Sapiens* juga memberikan gambaran bahwa manusia telah memanfaatkan bahan baku laut tidak hanya sebagai bahan pangan, namun juga sebagai aksesoris. Dibalik kelezatannya, dengan porsi dan takaran yang tepat boga bahari memiliki kandungan gizi yang baik untuk dikonsumsi oleh tubuh. Dilansir dari portal resmi Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia, Ikan mengandung protein tinggi, lemak omega 3, asam lemak tak jenuh, vitamin A, D, B6, dan B12, serta mineral yang semuanya baik untuk daya tahan tubuh.

8. Konsep Bisnis

Berdasarkan teori-teori diatas, Ichthus Private Dining merupakan restoran dengan kategori *fine dining* dengan jenis pelayanan yang digunakan dapat

berupa *French style*, *banquet style* dan *portable style* dengan menggabungkan tipe menu *table d'hote* dan *selective menu*. Ichthus Private Dining menerima layanan *private event catering* yang penggunaan jenis pelayanan dan menu pada restoran ini dapat disesuaikan dengan permintaan tamu. Ichthus Private Dining menawarkan menu utama yang menyoroti bahan baku laut atau biasa dikenal dengan kata boga bahari ini sebagai hidangan utama yang disajikan. Selain banyaknya manfaat dan nutrisi untuk menjaga kesehatan pada masa pandemi COVID-19 ini, Ichthus Private Dining ingin membantu untuk mempopulerkan kekayaan laut di Indonesia yang kurang diberikan sorotan dengan cara menghadirkan jenis-jenis ikan dan biota laut lainnya yang berasal dari perairan laut Indonesia.

Ichthus Private Dining juga ingin untuk sebisa mungkin mengurangi kasus *food waste* di Indonesia, hal ini dilakukan dengan cara merekrut juru masak yang ahli dalam bidangnya dan dapat memanfaatkan hampir seluruh bagian ikan untuk menjadi suatu hidangan dari makanan pembuka hingga penutup. Dengan munculnya tren dan ketakutan masyarakat untuk berpergian keluar rumah untuk makan, karena dapat terjadi kontak dan penularan virus, Ichthus Private Dining terletak di kawasan perumahan BSD memberikan fasilitas *private dining space* yang hanya menerima satu grup dengan kapasitas 15 hingga 20 orang. Selain itu Ichthus Private Dining juga menerima layanan untuk mengundang *private chef* datang kerumah dan masak untuk acara pribadi.