

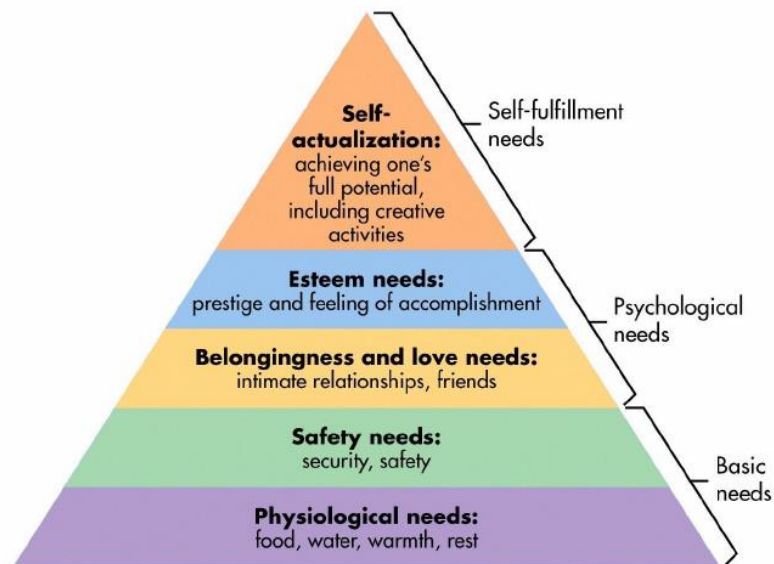
BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Mengutip dari tulisan McLeod mengenai Hierarki Kebutuhan Maslow, yaitu teori motivasi dalam psikologi yang terdiri dari lima tingkat kebutuhan manusia yang digambarkan dalam piramida, individu harus memenuhi kebutuhan tingkat yang lebih rendah dalam hierarki sebelum melanjutkan ke tingkat yang lebih tinggi (McLeod, 2020).

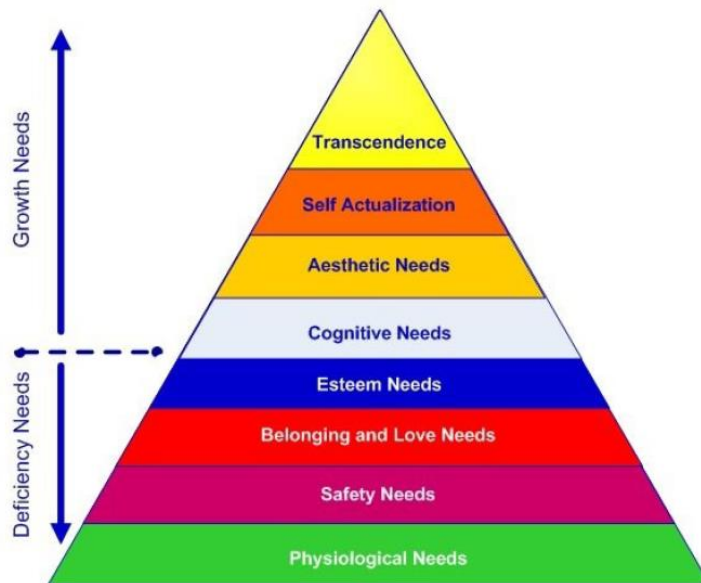
GAMBAR 1
Hierarki Kebutuhan Maslow



Sumber: McLeod (2020).

Kebutuhan tersebut yang kemudian memotivasi perilaku individu agar dapat dipenuhi, dan kebutuhan tersebut akan semakin kuat jika semakin lama ditolak pemenuhannya. Misalnya, semakin lama seseorang tidak makan, mereka akan semakin lapar (McLeod, 2020).

GAMBAR 2
Hierarki Kebutuhan Maslow (*Updated*)



Sumber: McLeod (2020).

Meskipun terjadi pembaharuan dalam hierarki kebutuhan Maslow, namun tidak terjadi perubahan pada level paling dasar dari piramida Maslow sebelumnya hingga saat ini, yang dapat dilihat dari Gambar 1 dan Gambar 2. Mengutip dari tulisan McLeod, kebutuhan yang paling dasar atau *physiological needs* adalah kebutuhan untuk kelangsungan hidup manusia, dan salah satunya adalah kebutuhan akan makanan dan minuman. Jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka tubuh manusia tidak dapat berfungsi secara maksimal, dan *physiological needs* ini yang paling penting karena semua kebutuhan lainnya menjadi sekunder hingga kebutuhan ini terpenuhi (McLeod, 2020).

Menurut Walker (2017, hal. 6), restoran adalah:

A place where meals are prepared for purchase.

Berdasarkan pengertian di atas, secara singkat dapat diartikan bahwa restoran adalah tempat makanan disiapkan dan dijual, sehingga bila dikaitkan dengan

kebutuhan akan makanan dapat dipenuhi tidak hanya di rumah, melainkan dapat pula di luar rumah, yaitu di restoran.

Tekanan akibat pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini memukul keras sektor industri makanan karena sistem dan rantai pasokan pangan menjadi terganggu akibat pembatasan sosial, serta menyebabkan berkurangnya *out-of-home dining* (Velic et al., 2020). Namun di sisi lain terlihat peningkatan permintaan pada pemesanan secara *online* makanan dan minuman (BusinessWire, 2020). Meskipun kini, seiring berjalannya waktu telah membawa kembali kebiasaan *dining out*, setiap orang pastinya masih sangat berhati-hati dan memperhatikan aktivitas, interaksi, dan kontak terutama yang berhubungan dengan apa pun yang mereka sentuh yang mungkin dapat menularkan virus. Hal ini berdampak pada meningkatnya keinginan setiap orang akan *contactless experiences* (Keysser, 2020). Beberapa cara yang dapat restoran tawarkan terkait *contactless experiences*, antara lain melalui fasilitas layanan *pick-up / grab and go, delivery*, dan *contactless dining experience* (Keysser, 2020).

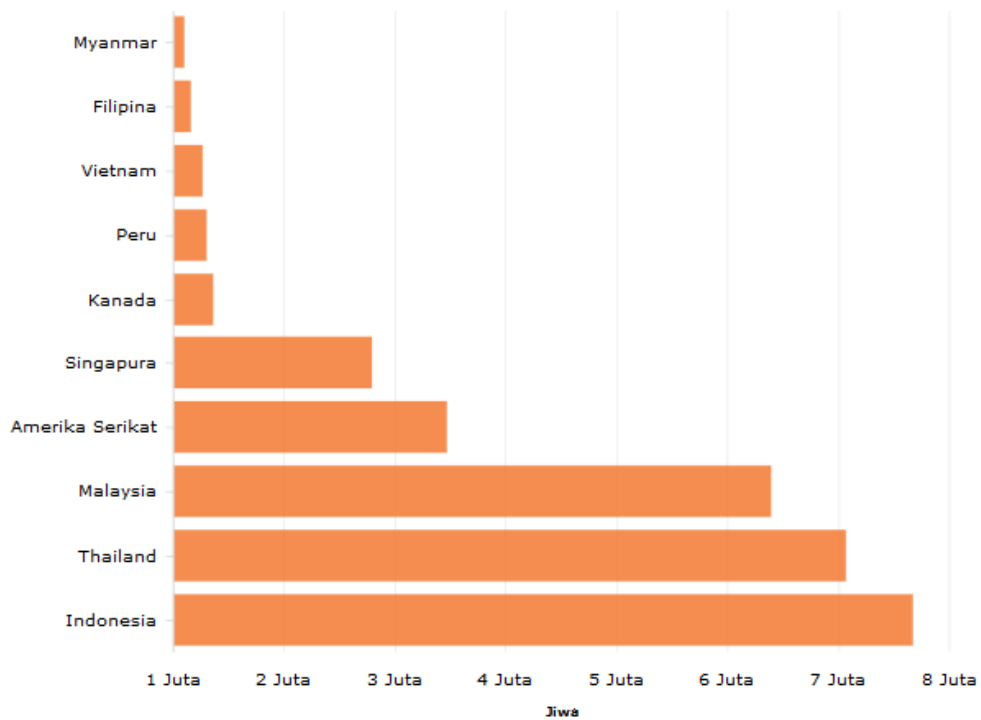
TABEL 1
Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun Provinsi Kepulauan Riau 2017-2020

Wilayah	Jumlah Penduduk (Jiwa)			
	2017	2018	2019	2020
Kepulauan Riau	2.082.694	2.136.521	2.189.653	2.242.198

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau (2020).

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa Provinsi Kepulauan Riau menjadi salah satu provinsi yang masih mengalami pertumbuhan penduduk dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau, tercatat bahwa Kota Batam memiliki populasi penduduk terbanyak dengan laju pertumbuhan tertinggi se-provinsi (Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau, 2020). Melihat pertumbuhan penduduk yang meningkat, bila dihubungkan dengan kebutuhan setiap manusia akan makanan dan minuman, maka sejalan dengan peluang restoran yang akan meningkat pula sebagai salah satu *supplier* dari kebutuhan tersebut. Selain itu, tercatat terdapat sebanyak 886 restoran yang diverifikasi oleh Disbudpar Batam dan dari sini terlihat perkembangan usaha restoran yang banyak di Kota Batam (Disbudpar Batam, 2020). Perkembangan usaha restoran yang banyak ini tentunya mengikuti dari tingkat permintaan di Kota Batam akan restoran sendiri yang dengan begitu terbilang cukup banyak pula.

GAMBAR 3
Jumlah Populasi Etnis Tionghoa di Luar China



Sumber: World Economic Forum (2016).

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara yang memiliki populasi etnis China terbesar di luar China per tahun 2016. Mengutip dari Surabaya Pagi, tertulis bahwa bahkan Perpustakaan Universitas Ohio di tahun 2000 telah menyebutkan bahwa jumlah suku Tionghoa di Indonesia menempati peringkat ketiga setelah suku Jawa dan Sunda dan menjadi komunitas etnis Tionghoa terbesar yang berada di luar Tiongkok (Surabaya Pagi, 2020). Demikian dapat dilihat bahwa bahkan yang tertulis di Perpustakaan Universitas Ohio tersebut dari sejak tahun 2000 masih terus berlaku dan terjadi hingga tahun-tahun berikutnya. Ini menunjukkan masih adanya pasar dan peluang membuka restoran *chinese cuisine* di Indonesia.

Bukan hanya menjadi santapan pada saat sarapan, namun juga pada saat makan siang, makan malam bahkan dapat dijadikan sebagai cemilan sesuai

dengan porsi penyajian yang kecil (Williams, 2020), membuat *dimsum* ini menjadi santapan yang kondisional, sehingga cocok sebagai hidangan *24 hour*. *Frozen dumpling* yang menjadi tren dari penelitian yang menunjukkan pertumbuhan ukuran pasar yang terus bertambah yang terlihat dari *volume* produksi bahkan hingga ikut berkontribusi dalam pertumbuhan ekspor impor di negara-negara maju (Market Watch, 2020), yang kemudian menginspirasi usaha Restoran *Dumpling & Buns* ini, melihat bahwa *dumpling & buns* adalah salah satu dari jenis *dimsum* (Oliver, 2015). Fokus menu yang terbatas pada *chinese dumpling & buns fusion*, serta dilengkapi beberapa menu minuman berbahan dasar teh, dengan jenis layanan yang dipilih cenderung mengarah ke *self service*, didukung pula dengan sistem *paid before service*, keduanya sesuai dengan konsep yang ingin diterapkan untuk menciptakan *contactless experiences*. Hal tersebut membuat Restoran *Dumpling & Buns* ini memiliki karakteristik *quick service restaurant* bila dilihat berdasarkan klasifikasi restoran (Walker, 2017). Adapun konsep yang dimaksud adalah konsep *automat* yang kemudian diperbaharui menyesuaikan kondisi pandemi sekarang ini. Ini menjadi cara teraman yang dapat menjadi mode lagi untuk membuka kembali restoran di masa pandemi ini.

Lokasi Kota Batam yang belum ada restoran khusus *dumpling & buns* yang menawarkan menu kombinasi cita rasa dari seluruh dunia, dengan waktu operasionalnya yang 24 jam (Tripadvisor, 2020), ditambah lagi dengan konsep *automat* yang belum pernah diterapkan sebelumnya di Indonesia menjadi pilihan bisnis yang unik dan menarik serta sesuai dengan kondisi pandemi sekarang ini. Didukung pula dengan kutipan dari Katadata.co.id bahwa

Provinsi Kepulauan Riau memiliki skor *East Ventures-Digital Competitiveness Index* (EV-DCI) tertinggi di Pulau Sumatera yang ini mengindikasikan tempat terbaik untuk memulai bisnis-bisnis digital baru (Katadata, 2020). Hal ini sejalan dengan konsep bisnis restoran yang memanfaatkan teknologi digital. Waktu operasional 24 jam dipilih karena adanya budaya tengah malam masyarakat di Kota Batam yang terbukti dari banyaknya *pub*, *bar* dan *club* malam dengan total sekitar 22 tempat yang beroperasi di atas pukul 01.00 WIB (Tripadvisor, 2021).

Selain penduduk etnis Tionghoa di Batam yang dijadikan sebagai target market, wisatawan mancanegara pun tidak menutup kemungkinan dapat menjad target market restoran. Hal ini didukung dengan data jumlah wisatawan mancanegara mengunjungi Pulau Batam yang meningkat sebesar 2,61% dibandingkan dengan bulan lalu, yang didominasi oleh wisatawan berkebangsaan Singapura, dengan total kunjungan wisatawan 471 kunjungan pada Desember 2020 (Tribun Batam, 2021).

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi Kelayakan Bisnis yang akan dilakukan bertujuan untuk menganalisis secara menyeluruh terkait restoran yang akan didirikan yang berhubungan dengan industri pariwisata, apakah layak atau tidak untuk dijalankan yang dilihat dari seluruh aspek-aspek yang terkait.

Menurut Walker (2017, hal. 140), tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah:

A good business plan will not only improve the chances of operational success, but also assist in obtaining financing, in communicating to potential investors, and in serving operational purposes.

Dari pengertian tersebut, tujuan dari rencana bisnis yang baik akan meningkatkan kemungkinan peluang keberhasilan operasional, membantu dalam memperoleh pembiayaan, berkomunikasi dengan calon investor, dan melayani tujuan dalam kegiatan operasional. Adapun terdapat dua tujuan dalam studi kelayakan bisnis ini, yaitu tujuan utama dan sub tujuan:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Tujuan utama dari Studi Kelayakan Bisnis ini adalah untuk menganalisis apakah bisnis yang akan didirikan sudah layak atau belum berdasarkan pada berbagai aspek yang terkait, yaitu:

- a. Aspek Pasar dan Pemasaran, meliputi: *Market analysis*, *SWOT analysis*, *porter's five forces analysis* (analisis lima kekuatan), analisis permintaan, analisis penawaran, segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar, analisis bauran pemasaran, aspek ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup dan teknologi.
- b. Aspek Operasional, meliputi: Analisis aktivitas dan fasilitas pelanggan serta karyawan Restoran *Dumpling & Buns*, analisis pemilihan lokasi, analisis peralatan atau teknologi yang digunakan guna melancarkan usaha yang akan dijalankan.
- c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia, meliputi: Sumber daya manusia dan pengembangannya, aspek yuridis, serta pengorganisasian yang berlaku di Restoran *Dumpling & Buns*.
- d. Aspek Keuangan, meliputi: Sumber dana, proyeksi pendapatan dan pengeluaran, biaya operasional, *break even point*, neraca, arus kas, investasi, hingga manajemen risiko.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Memberikan ringkasan ide bisnis yang ditujukan untuk menarik investor atau pihak ketiga untuk pendanaan.
- b. Ikut membantu memulihkan industri pariwisata yang terpuruk dalam aspek kuliner, khususnya di Kota Batam.
- c. Membawa *classic chinese dumpling & buns* ke era modern dengan konsep yang menarik.
- d. Menentukan strategi agar bisnis ini dapat mampu bersaing menghadapi para kompetitor dan pendatang baru, dengan adaptasi terhadap kondisi di tengah pandemi.
- e. Membuka lapangan kerja di Kota Batam.

C. Metodologi Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 2), penelitian adalah:

An organized, systematic, critical, scientific inquiry or investigation into a specific problem, undertaken with the objective of finding answers or solutions to it.

Berdasarkan pengertian di atas, penelitian dapat didefinisikan sebagai penyelidikan ilmiah yang terorganisir, sistematis, kritis, terhadap masalah spesifik dilakukan dengan tujuan untuk menemukan jawaban atau solusi atas suatu masalah. Untuk menghasilkan sebuah karya ilmiah yang akurat dan dapat dipercaya, maka ketersediaan data yang digunakan haruslah bersifat *valid* dan *reliable*. Dalam studi kelayakan bisnis ini, diperlukan data untuk mendukung analisis studi kelayakan bisnis lebih dalam agar dapat menentukan langkah perencanaan pada tahap selanjutnya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber data primer dan data sekunder yang diperoleh. Berikut

adalah teknik pengumpulan data yang akan diuraikan berdasarkan jenis datanya:

1. Data Primer

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

Data that the researcher gathers first hand for the specific purpose of the study.

Berdasarkan pengertian di atas, data primer merupakan data yang didapat langsung oleh peneliti untuk pertama kalinya untuk suatu studi dengan tujuan spesifik. Data primer pada studi kelayakan bisnis ini dikumpulkan melalui metode survei dengan kuesioner. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai data primer bisnis yang terkait:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

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

A preformulated written set of questions to which respondents record their answer, usually within rather closely defined alternatives.

Berdasarkan pengertian di atas, kuesioner adalah daftar pertanyaan yang disusun atau diformulasikan untuk para responden dengan mencatat jawaban mereka. Instrumen pengumpulan data kuesioner yang dilakukan adalah *electronic and online questionnaires* dengan cara penyebaran via *google form*, menyesuaikan dengan adanya kondisi pandemi yang terjadi saat ini. Kuesioner didistribusikan dan dikumpulkan pada pertengahan bulan November 2020.

1) Tujuan Kuesioner

Kuesioner dibuat secara deskriptif dan memiliki tujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang sesuai dengan keadaan

sebenarnya dalam masyarakat serta untuk mengetahui apakah suatu bisnis akan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan keinginan pasar.

2) Metode Penentuan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 237), sampel adalah:

A subset of the population.

Berdasarkan pengertian di atas, sampel dapat diartikan sebagai bagian dari sebuah populasi yang akan diteliti.

a) Menentukan Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 236), populasi adalah:

Population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok pada suatu hal yang menarik untuk diteliti. Dalam hal ini, penulis menentukan populasi penelitian, yaitu masyarakat di Kota Batam.

b) Menentukan *Sampling Frame*

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 240), *sampling frame* adalah:

A representation of all the elements in the population from which the sample is drawn.

Berdasarkan pengertian di atas, *sampling frame* diartikan sebagai representasi dari setiap elemen dalam keseluruhan populasi. Untuk menemukan *sampling frame* yang tepat, penulis

melakukan pemilihan pada responden, yaitu masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Batam Kota.

c) Menentukan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 240), teknik pengambilan sampel terbagi menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Dalam hal ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu *convenience sampling* dengan tujuan memudahkan penulis dalam mengumpulkan informasi dikarenakan waktu pelaksanaannya relatif cepat dan untuk pengeluaran biaya tergolong tidak besar

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 240), pada *nonprobability sampling*:

The elements do not have a known or predetermined chance of being selected as subjects.

Berdasarkan pengertian di atas, *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang sampelnya tidak memiliki kesempatan diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai sampel, dan menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 247), *convenience sampling* adalah:

Convenience sampling refers to the collection of information from members of the population who are conveniently available to provide it.

Berdasarkan pengertian di atas, maka *convenience sampling* adalah teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi yang bersedia untuk menyediakannya.

d) Menentukan *Sample Size*

Menurut Hair, Black, Babin, & Anderson (Hair et al., 2018), ukuran sampel minimum yang disarankan adalah lima pengamatan per variabel independen atau dalam hal ini merupakan pertanyaan terkait 8P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming, dan Partnership*). Jumlah pertanyaan dalam baur pemasaran Restoran *Dumpling & Buns* adalah berjumlah 34 pertanyaan, sehingga responden minimal dalam kuesioner ini adalah 170 responden. Tetapi, penulis berhasil mendapatkan 177 responden dalam menjawab kuesioner. Untuk lampiran perihal kuesioner, dapat dilihat dalam lampiran A-1.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 220), validitas adalah:

Validity is a test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.

Berdasarkan pengertian di atas, validitas dapat diartikan sebagai suatu ujian yang mengukur seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan untuk mengukur konsep yang ingin diukur. Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 292), uji validitas dapat ditetapkan dengan:

Factorial validity can be established by submitting the data for factor analysis. The result of factor analysis (a multivariate technique) will confirm whether or not the theorized dimensions emerge.

Berdasarkan pengertian di atas, pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah semua pertanyaan atau instrumen penelitian

yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid. Dasar pengabilan keputusan uji validitas, yaitu jika *corrected item-total correlation* (r-hitung) \geq r-tabel, maka item pernyataan tersebut valid, dan jika *corrected item-total correlation* (r-hitung) $<$ r-tabel, maka item pernyataan tersebut tidak valid.

Kemudian menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 220), reliabilitas adalah:

Reliability is a test of how consistently a measuring instrument measures whatever concept it is measuring.

Berdasarkan pengertian di atas, reliabilitas bisa diartikan sebagai suatu ujian yang mengukur seberapa konsisten suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur konsep yang ingin diukur apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih melalui waktu dan beberapa item diuji. Uji reliabilitas adalah pengukuran yang mengindikasikan tidak ada yang bias dan memastikan pengukuran yang konsisten berdasarkan waktu dan instrumen. Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 290), *cronbach's alpha* yang baik adalah:

Reabilities less than 0,60 are considered to be poor, those in the 0,70 range, acceptable, and those over 0,80 are good.

Berdasarkan pengertian di atas, hasil kuesioner dengan *cronbach's alpha* kurang dari 0,60 dianggap tidak kuat, di dalam skala 0,70 dianggap dapat diterima, dan lebih dari 0,80 dianggap baik.

2. Data Sekunder

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

Secondary data are data gathered through existing sources.

Berdasarkan pengertian di atas, data sekunder adalah data yang telah tersedia, data yang diperoleh dari sumber yang telah ada dengan tujuan untuk mendukung hasil dari data primer, yang bisa didapatkan melalui *website* resmi, referensi buku dan jurnal, BPS, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang telah diuji reputasi dan *value* situsnya melalui StatShow.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Definisi Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 6), restoran adalah:

A place where meals are prepared for purchase.

Berdasarkan pengertian di atas, secara singkat dapat diartikan bahwa restoran adalah tempat makanan disiapkan untuk dijual.

Sedangkan, menurut Barrows, Powers, & Reynolds (2012, hal. 68), restoran adalah:

Any public place that specializes in the sale of prepared food for consumption on-or-off-premise can be described as a restaurant.

Berdasarkan pengertian di atas, restoran merupakan semua tempat umum yang dikhususkan untuk menjual makanan untuk dikonsumsi langsung baik di tempat maupun tidak.

Sedangkan, menurut Ninemeier & Hayes (2006, hal. 11), restoran adalah:

Restaurant is a profit food service operation whose primary business involves the sale of food/beverage products to individuals and small group of guests.

Berdasarkan pengertian di atas, restoran adalah tempat penyedia layanan makanan yang bertujuan mencari keuntungan yang mana bisnis utamanya berkaitan dengan penjualan produk makanan atau minuman kepada individu dan sekelompok kecil pengunjung.

Dari ketiga pengertian menurut ahli di atas, penulis mengambil intisari dan kesimpulan mengenai definisi restoran sebagai suatu tempat yang memberikan layanan makanan dan minuman kepada semua konsumennya dengan tujuan operasional dari suatu restoran adalah untuk mencari keuntungan dan memastikan kepuasan bagi para konsumennya.

2. Sejarah Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 6), restoran pertama kali disebut dengan "*public dining room*" yang berasal dari Perancis. Sepanjang sejarah, Perancis telah memainkan peran penting dalam perkembangan restoran. Restoran pertama yang benar-benar terdiri dari pelanggan yang duduk di sebuah meja dan dilayani dengan porsi yang mereka pilih dari menu secara individual didirikan pada tahun 1782 oleh *Beauvilliers* yang kemudian dinamai *Grand Taverne de Londres*. Namun, awal dari konsep restoran sendiri berawal dari *A. Boulanger*, seorang penjual sup yang membuka bisnis pertamanya di Paris pada tahun 1765. Ia menjual sup di kedai minuman sepanjang malam di *Rue Bailleul*. Ia menyebut sup ini "*restorantes*" yang kemudian menjadi asal kata restoran. *Boulanger* percaya bahwa sup adalah obat untuk semua jenis penyakit. Namun, ia tidak puas membiarkan seni dan praktek kuliner hanya sebatas dapur yang hanya menghasilkan sup. Menurut Undang-Undang yang berlaku

saat itu, hanya hotel yang dapat menyajikan makanan, dan sup tidak termasuk ke dalam kategori makanan. Pada tahun 1767, ia menantang monopoli tersebut dan menciptakan sup yang terdiri dari kaki domba dalam saus putih. Hal ini membuat para serikat pekerja mengajukan gugatan terhadap *Boulangier*. Namun kemudian *Boulangier* memenangkan gugatan itu dan tidak lama kemudian membuka restorannya yang diberi nama *Le Champ d'Oiseau*. Revolusi Perancis pada tahun 1794 banyak menyebabkan orang meninggal sehingga koki para bangsawan tiba-tiba tidak memiliki pekerjaan. Beberapa tinggal di Perancis untuk membuka restoran dan beberapa pergi ke bagian lain Eropa. Banyak juga yang menyeberangi Atlantik untuk ke Amerika, terutama ke *New Orleans*. Dengan begitu perkembangan restoran menjangkau hingga ke seluruh negara-negara di dunia.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 24-50), restoran dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. *Chain or Independent Restaurant*

Chain restaurant adalah beberapa restoran yang dimiliki seseorang atau pun sebuah perusahaan, sedangkan *Independent restaurant* adalah restoran yang pemiliknya dapat menentukan sendiri mengenai pengembangan konsep, menu, dekorasi, dan berbagai hal lainnya sesuai dengan keinginan dari pemilik. *Independent restaurant* dapat dikembangkan menjadi *chain restaurant*.

b. *Franchise Restaurant*

Franchise restaurant merupakan restoran yang sudah memiliki format yang ditentukan dan telah teruji atau dikenal di pasar. Sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan mengikuti pengwaralaba (*franchisor*) yang memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan format, antara lain merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu dan meliputi area tertentu.

c. *Sandwich Shops*

Sandwich shops merupakan jenis usaha yang sederhana dan mudah dioperasikan bila dibandingkan dengan jenis restoran lainnya. Menu utama yang ditawarkan adalah *sandwich*, dengan berbagai jenis kue, sup, dan berbagai pilihan minuman. Pada tipe ini biasanya peralatan yang digunakan cukup terbatas dan ukurannya tidak terlalu besar sehingga tempat duduk tidak terlalu banyak dan bahkan tidak ada.

d. *Quick - Service Restaurants*

Restoran dengan tipe ini merupakan restoran yang menyerderhanakan proses produksi makanan dan biasanya merupakan restoran yang jenis pelayanannya *self-service* dan *paid before service*. Makanan yang ditawarkan dapat disajikan dengan cepat. Tipe restoran ini pada umumnya menawarkan menu terbatas. Lebih tepatnya sering pula disebut *fast food*.

e. *Fast - Casual Restaurants*

Fast - casual restaurants merupakan restoran yang hadir untuk mengisi segmen pasar antara *quick service* dan *casual dining*. Pada tipe restoran ini tidak menawarkan *full table service*, dan biasanya menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi dibandingkan di restoran cepat saji dengan lebih sedikit makanan beku atau olahan, *fresh*, menu dibuat berdasarkan pesanan, *limited service* atau bahkan *self service*. Selain itu, dekorasi dari tipe restoran ini juga termasuk dalam kategori kelas atas.

f. *Family Restaurants*

Family Restaurant merupakan tipe restoran yang dikelola oleh keluarga mau pun restoran yang diperuntukan bagi keluarga (sebagai pelanggan). *Family restaurant* bersifat informal dengan menu yang bervariasi sehingga dapat dinikmati oleh seluruh keluarga, serta menawarkan menu untuk *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*. Kebanyakan restoran dengan tipe ini tidak menyediakan minuman beralkohol, namun ada beberapa yang menawarkan bir dan anggur.

g. *Casual Restaurants*

Casual restuarants merupakan restoran informal yang menyajikan makanan yang khas, manawarkan suasana yang nyaman, serta harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan dan usia. Tipe restoran yang sangat terkenal karena tipe restoran ini cocok dengan gaya hidup yang lebih santai dan mengikuti tren. Tipe restoran ini biasanya

menyediakan makanan khas, menu kreatif dan juga dekorasi yang nyaman.

h. *Fine Dining Restaurants*

Fine dining restaurants merupakan restoran yang memiliki kualitas produk dan layanan yang sebanding dengan harga yang ditawarkan. Tipe restoran formal yang menyediakan makanan, minuman dan pelayanan dengan harga yang cukup tinggi, biasanya banyak dikunjungi untuk acara tertentu, seperti pernikahan, perayaan ulang tahun dan juga untuk urusan bisnis. *Fine dining restaurants* juga memiliki suasana dan dekorasi arsitektur mau pun *furniture and fixtures* yang elegan dan menarik.

i. *Hotel Restaurants*

Hotel restaurants merupakan restoran yang terdapat di dalam hotel dengan mempekerjakan *chef* profesional.

j. *Steakhouses*

Steakhouses merupakan restoran yang menyajikan menu terbatas dengan *target market* masyarakat pencinta *steak*, dengan *steak* sebagai spesialisasinya.

k. *Seafood Restaurants*

Seafood restaurants merupakan restoran yang menyajikan makanan berbahan dasar *seafood*.

l. *Ethnic Restaurants*

Ethnic restaurants merupakan restoran yang menyajikan makanan etnik dari suatu daerah, seperti restoran Meksiko, restoran Italia dan restoran China.

m. *Theme Restaurants*

Theme restaurants merupakan restoran yang sangat mementingkan keunikan akan tema yang dibuat. Restoran ini dibangun berdasarkan ide yang bersifat fantasi dan menyenangkan.

n. *Coffee Shops*

Coffee shops pada awalnya merupakan konsep bar di Italia, yang kemudian dikembangkan dengan berbagai pilihan minuman yang lebih beragam. Tipe restoran yang merupakan modifikasi dari konsep asli yang awalnya fokus terhadap minuman dengan bahan dasar kopi dan teh kemudian ditambah dengan menghadirkan sedikit makanan seperti *sandwich*, kue-kue dan menu sederhana lainnya. Biasanya tipe restoran ini memiliki desain dan fasilitas yang nyaman, seperti *Wi-Fi*, *air conditioner* dan stop kontak.

o. *Chef-Owned Restaurants*

Chef-owned restaurants merupakan restoran yang memiliki *chef* yang sudah sangat berpengalaman. Tipe restoran ini memiliki kelebihan tersendiri karena *chef* tersebut memiliki keahlian dan pengetahuan yang lebih sehingga risiko kesalahan atau kegagalan yang mungkin terjadi cukup kecil.

p. *Celebrity Chefs*

Celebrity chefs adalah restoran yang dikelola atau dimiliki oleh orang terkenal.

q. *Centralized Home Delivery Restaurants*

Centralized home delivery restaurants merupakan restoran yang memiliki sistem pemesanan terpusat dengan layanan pesan antar pada area tertentu sebagai layanan utama. Pelanggan dapat memesan makanan melalui internet ataupun telepon.

4. Klasifikasi Layanan

Menurut Meyer & Vann (2013, hal. 5), jenis restoran umumnya diklasifikasikan menggunakan gaya layanan yang terdiri atas:

a. *Fine Dining*

Para pelanggan biasanya dilayani dengan makanan dengan kualitas paling baik dan dimasak oleh koki yang handal. Harga dari makanan dengan tipe ini tergolong mahal, tetapi selaras dengan pelayanan yang detail dan suasananya. Restoran ini biasanya mempekerjakan orang dengan kemampuan terbaik agar dapat memuaskan para pelanggannya.

b. *Casual Dining*

Restoran ini menawarkan item menu yang lebih banyak dan lebih murah dibanding *fine dining restaurant*. Dalam restoran dengan jenis ini, tamu akan dilayani dengan cara pelayan yang mengunjungi meja tamu dari awal menulis pesanan hingga pada tahap pembayaran.

c. *Self-service*

Sesuai dengan namanya, restoran dengan jenis ini tidak dilayani oleh *server* di meja mereka, namun tamu diharapkan untuk melayani diri mereka sendiri dari awal memesan makanan hingga tahap pembayaran yang dilakukan di meja *counter*, serta mengambil makanan dan menyajikan makanan mereka sendiri di meja makan. Restoran dengan jenis ini biasanya menawarkan makanan dengan harga lebih murah dibanding restoran dengan jenis di atas.

d. *Drive-in or Drive-through*

Restoran dengan jenis ini biasanya paling sering dikunjungi oleh tamu yang hanya memiliki waktu makan terbatas atau tidak ingin makan di sebuah restoran. Transaksi pemesanan dan pembayaran melalui jendela kecil di samping restoran sehingga tamu dapat memesan makanan dari kendaraan mereka dan mengonsumsi makanan tersebut langsung di kendaraan mereka atau di tempat lain.

e. *Combination of Styles*

Restoran dengan jenis ini biasanya terdiri atas dua atau lebih dari kategori layanan di atas.

5. Klasifikasi Menu

Menurut Walker (2017, hal. 98), menu adalah:

The menu is the heart of any restaurant; it showcases everything you have to offer for food and beverages.

Berdasarkan pengertian di atas, maka menu dapat diartikan sebagai pusat dari sebuah restoran yang fungsinya untuk menampilkan berbagai jenis makanan dan minuman yang ditawarkan.

Menurut Walker (2017, hal. 114-116), klasifikasi menu terdiri atas:

a. *A la carte Menu*

Menu yang menawarkan hidangan secara terpisah dan memiliki harga secara individual. Menu dengan jenis ini yang banyak ditemukan pada restoran umumnya.

b. *Table d'hôte Menu*

Menu yang menawarkan beberapa makanan yang dipilih oleh pelanggan dengan harga yang telah ditetapkan. Paket yang disediakan oleh menu *table d'hôte* biasanya terdiri atas *appetizer, soup, main course, dessert* dan *beverages*.

c. *Du jour menu*

Menu yang menyajikan makanan-makanan tertentu pada hari tertentu saja. *Du Jour* sama dengan istilah dengan *menu of the day*.

d. *Cyclical menu*

Menu yang digunakan secara bergilir dalam satu periode tertentu, kadang dapat digunakan perminggu atau bahkan perbulan.

e. *The tourist menu*

Menu yang digunakan untuk menarik perhatian para wisatawan terhadap restoran tertentu dengan menu yang tertuju untuk tamu yang mungkin berada jauh dari rumah. Makanan yang disajikan mungkin sangat berbeda dengan makanan asal tamu tersebut.

6. *Chinese Dumpling & Buns*

Chinese Dumpling adalah adonan kulit tepung tipis elastis berbentuk bulan sabit berukuran gigitan (*bite-sized*) yang membungkus berbagai

isian atau pun tanpa isian (Watsky, 2020). Sedangkan *chinese buns* dapat didefinisikan sebagai *dumpling* beragi (Huang, 2016).

7. Sejarah *Chinese Dumpling & Buns*

Mengutip dari Kompasiana, pada awalnya *chinese dumpling* merupakan makanan yang dibuat untuk mengobati atau mengatasi penduduk di Tiongkok Utara yang kedinginan. Pembuatan *dumpling* dipelopori oleh seorang tabib yang melihat penduduk setempat kelaparan dan kedinginan hingga membuat daun telinga mereka membiru. Tabib Zhang Zhong Ji kemudian membuatkan makanan hangat dengan resep khusus sebagai penangkis kedinginan atau setidaknya dapat menjaga agar tubuh tetap hangat, yaitu berupa bungkusan daging kambing yang dibentuk seperti daun telinga dengan rempah-rempah dan kua panasnya. Makanan ini kemudian dikenal dengan sebutan *jiao-zi*, sedangkan sebutan *dumpling* sendiri berasal dari Eropa, yaitu *dump-lump* yang artinya gumpalan yang dicemplungkan dalam air mendidih. Belum ada informasi pasti apakah secara kebetulan atau memang berasal dari Tiongkok, namun ternyata makanan serupa *dumpling* telah menjadi makanan khalayak petani di Jerman dan Eropa ratusan tahun lalu, dengan demikian pemakaian bahan dan cara pembuatannya pun tidaklah sulit, hanya dengan menambahkan air ke dalam tepung terigu hingga adonan kalis dan didiamkan sejenak. Biasanya adonan dibuat menjadi lembaran tipis yang dicetak bulat atau dipotong persegi, maka jadilah kulitnya. Kulit tersebut dapat diisi dengan berbagai isian lalu ditutup dengan menyatukan kedua sisi kulit *dumpling* tersebut. Cara penyajian

tradisional umumnya dikukus atau digoreng hingga matang (Kompasiana, 2017).

8. *Fusion*

Menurut Walker (2017, hal. 331), *fusion cuisine* adalah perpaduan teknik-teknik dan bahan-bahan dari dua masakan berbeda yang disajikan dalam satu hidangan.

9. Restoran *Automat*

Mengutip dari Hargitasi, restoran *automat* merupakan restoran yang menggunakan fasilitas *automat machines* sebagai alat pendistribusian produknya. *Automat machines* digambarkan sebagai “*walls of glass containers*”, dinding kaca yang terdiri dari kompartemen-kompartemen kecil yang berisi item dari menu restoran. *Activity flow* restoran *automat* sederhananya adalah pelanggan masuk, kemudian memasukan koin di slot yang tersedia, lalu menekan tombol untuk mengeluarkan hidangan pilihan mereka, seperti halnya *vending machine*. Para pekerja ditempatkan di balik “*walls of glass containers*” tersebut, memastikan setiap kompartemen terisi. Metode *dining* ini dinilai unggul dalam kenyamanan dan efisiensinya yang sangat meminimalisir interaksi manusia (Hargitasi, 2019), dan konsep restoran inilah yang menjadi awal mula *self service* (Belanger, 2017). Hal ini sejalan pula dengan tuntutan kondisi pandemi sekarang ini. Konsep *automat* ini kemudian dikembangkan dengan kolaborasi teknologi digital yang telah memainkan peran penting selama praktik *new normal*, di samping untuk mengurangi

kontak dengan manusia, mencegah dan mengurangi penularan virus maupun bakteri (Lakshmi, 2020).

10. Konsep Studi Kelayakan

Dari klasifikasi restoran menurut Walker (2017, hal. 24-50), jenis Restoran *Dumpling & Buns* ini termasuk ke dalam jenis *independent restaurant*. Restoran *Dumpling & Buns* merupakan restoran yang menawarkan varian *chinese dumpling & buns fusion* sebagai fokus produk utama, dilengkapi beberapa menu minuman berbahan dasar teh. Menerapkan *all around the world fusion* agar pengembangan menu dapat lebih luas dengan memadukan *chinese dumpling & buns* dengan cita rasa yang ada di seluruh dunia, seperti salah satu menu *spicy spring roll dumpling* yang merupakan perpaduan *chinese dumpling* dengan cita rasa Vietnam, *italian chicken pop bun* yang merupakan perpaduan *chinese buns* dengan cita rasa Itali, dll. Jenis menu Restoran *Dumpling & Buns* adalah *a la carte menu*, sehingga tamu dapat memesan item makanan atau minuman secara terpisah serta menu paket yang disediakan dengan harga yang lebih terjangkau. Klasifikasi layanan apabila menurut Meyer & Vann, Restoran *Dumpling & Buns* termasuk ke dalam jenis *combination of styles restaurant*, karena restoran ini menggunakan dua jenis layanan, yaitu *self service* dan *drive-thru*, menyesuaikan dengan kondisi pandemi sekarang ini dan konsep yang diterapkan, yaitu restoran *automat* dengan bantuan teknologi aplikasi sehingga menciptakan *contactless experiences*. *Activity flow* restoran ini dapat digambarkan dengan tamu melakukan pilihan layanan baik *dine-in*, *drive-thru*, maupun

pick-up melalui aplikasi restoran, kemudian dilanjutkan dengan *e-order* dan *e-payment*. Restoran dengan tipe *quick service* ini akan menghadirkan desain *modern retro* yang estetik dan menarik, mendukung menu *fusion* agar tidak terlalu terkesan oriental pula serta akan dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti *transparent kitchen*, *automated locker*, *toilet*, *indoor/non-smoking dining area*, *outdoor/smoking dining area*, *stacking space*, dan *parking area*, serta *Wi-Fi*, *air conditioner*, *speaker* dan stopkontak Restoran ini bertujuan membawa hidangan klasik ke era modern.

