

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkembang dalam pembangunan Nasional. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Selain itu, usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Salah satu usaha pariwisata adalah penyediaan jasa layanan dimana tidak hanya berupa akomodasi saja, melainkan juga sebagai penyedia jasa layanan makanan dan minuman. Oleh karena itu, kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar bagi manusia (Dennis & Allen, 2011, hal.172). Hal ini berkaitan dengan perkembangan dari sektor pariwisata memberikan peluang bagi pengusaha untuk membuka usaha penyediaan makanan dan minuman sebagai kebutuhan dasar setiap manusia.

Salah satu bentuk usaha penyedia makanan dan minuman adalah restoran. Menurut Walker (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 pengertian diatas, restoran adalah bagian penting dalam gaya hidup kita sehari-hari. Selain itu, restoran menawarkan tempat untuk bersantai, dan

menikmati kebersamaan dengan keluarga, teman, kerabat, dan rekan bisnis dan memulihkan kembali energi kita sebelum melanjutkan aktivitas berikutnya.

**TABEL 1**  
**Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan**  
**Menurut Lapangan Usaha (Miliar Rupiah) Tahun (2016-2019) di**  
**Kabupaten Tangerang.**

Lapangan Usaha	PDRB ADH Konstan menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)			
	2016	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	5071579.73	5339404.46	5543028	5705173.19
Pertambangan dan Penggalan	35069.81	35868.78	37769.53	38854.58
Industri Pengolahan	32739478.87	33877146.62	34885421.21	36120921.53
Pengadaan Listrik dan Gas	1527340.07	1408405.55	1474981.56	1464523.98
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	65225.95	70530.82	75063.04	80241.29
Konstruksi	9942933.26	10909629.65	11837658.68	12890026.54
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	9487545.02	10113118.7	10893666.09	11716223.97
Transportasi dan Pergudangan	2267122.83	2461272.32	2690890.21	2929206.42
<b>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum</b>	<b>1201754.52</b>	<b>1302576.1</b>	<b>1416088.41</b>	<b>1546713.83</b>
Informasi dan Komunikasi	4103605.97	4436548.55	4786198.9	5226218.53
Jasa Keuangan dan Asuransi	4128680.18	4347706.98	4679553.43	4726992.06
Real Estate	6384996.42	7019026.57	7717419.71	8487618.2
Jasa Perusahaan	764550.33	823604.19	876621.57	949376.93
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1175561.18	1251111.03	1335594.44	1443054.33
Jasa Pendidikan	1844483.74	1982451.13	2146796.33	2329128.15
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	333065.32	365405.96	401836.93	441823.78
Jasa lainnya	1110602.95	1220219.46	1326012.49	1443380.7

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2019)

Sektor penyediaan makan minum merupakan salah satu kebutuhan utama manusia, dengan semakin meningkatnya kebutuhan tersebut, membuat usaha dalam sektor penyediaan makan dan minum sangat menjanjikan untuk ke depannya. Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa sektor penyediaan akomodasi dan makan minum pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pencapaian pada tahun 2016 tercatat sebesar 1.201.754,52 meningkat menjadi 1.302.576,1 pada tahun 2017, lalu kembali mengalami kenaikan menjadi 1,416,088,41 pada tahun 2018, dan pada tahun 2019 terus mengalami kenaikan menjadi sebesar 1.546.713,83. Data di atas membuktikan bahwa sektor penyediaan makanan dan minuman terus mengalami peningkatan. Maka dari itu, memberikan peluang usaha dalam bidang penyediaan makanan dan minuman.

**TABEL 2**

Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (Rupiah) di Kabupaten Tangerang

Kelompok Komoditas	2018		2019	
	Makanan	693.653	50,82%	705.549
Bukan Makanan	619.048	49,18%	654.344	48,12%
Total	1.258.701	100,00%	1.359.893	100,00%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2020)

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata pengeluaran masyarakat Kabupaten Tangerang pada tahun 2018 dan 2019, menunjukkan bahwa pengeluaran untuk makanan lebih besar daripada bukan makanan. Pada tahun 2018 pengeluaran untuk makanan sebesar Rp. 693.653 atau 50,82% dan pengeluaran untuk makanan pada tahun 2019 sebesar Rp. 705.549 atau 51,88%.

**TABEL 3**

Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (2015-2019)

Wilayah Kabupaten/ Kota	Jumlah Penduduk				
	2015	2016	2017	2018	2019
Kota Pandeglang	1.194.911	1.200.512	1.205.203	1.209.011	1.211.909
Kab Lebak	1.269.812	1.279.412	1.288.103	1.295.810	1.302.608
<b>Kab Tangerang</b>	<b>3.370.594</b>	<b>3.477.495</b>	<b>3.548.770</b>	<b>3.692.693</b>	<b>3.800.787</b>
Kab Serang	1.474.301	1.484.502	1.493.591	1.501.501	1.508.397
Kota Tangerang	2.047.105	2.093.706	2.139.891	2.185.304	2.229.901
Kota Cilegon	412.106	418.705	425.103	431.305	437.205
Kota Serang	643.205	655.004	666.600	677.804	688.603
Kota Tangerang Selatan	1.543.209	1.593.812	1.644.899	1.696.308	1.747.906
<b>Jumlah</b>	<b>11.955.243</b>	<b>12.203.148</b>	<b>12.448.160</b>	<b>12.689.736</b>	<b>12.927.316</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Salah satu laju pertumbuhan penduduk tertinggi di Provinsi Banten adalah Kabupaten Tangerang. Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa laju pertumbuhan penduduk di wilayah Kabupaten Tangerang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pencapaian pada tahun 2015 sebesar 3.370.594, dan mengalami peningkatan menjadi 3.477.495, 3.548.770, 3.692.693, 3.800.787 pada tahun 2016, 2017, 2018, dan 2019. Dari data dibawah ini menunjukkan Kabupaten Tangerang terus mengalami peningkatan penduduk setiap tahunnya dan memiliki jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Banten sehingga memberikan potensi besar untuk membuka bisnis.

**TABEL 4**

Persentase Banyaknya Restoran Berskala Menengah dan Besar di Banten Menurut Jenis Makanan Utama yang Disajikan tahun 2015

Jenis Hidangan Utama	Persentase
<b>Indonesia</b>	<b>36,36</b>
Amerika dan Eropa	31,82
Cina	13,64
Jepang	13,64
Korea	13,64
Lainnya	4,55

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa persentase restoran yang menyediakan jenis hidangan utama makanan indonesia berada pada posisi pertama dengan persentase sebesar 36,36%, diikuti dengan jenis hidangan makanan Amerika dan Eropa dengan persentase sebesar 31,82%, jenis hidangan makanan Cina, Jepang, dan Korea sebesar 13,64%, dan lainnya sebesar 4,55%.

Ocimum House akan hadir dengan hidangan yang dipadukan dengan basil, *assorted* sambal dan *crackers*. Ocimum yang berasal dari bahasa latin yang memiliki arti basil, dimana basil akan menjadi bahan utama dari produk yang ditawarkan. Dengan menawarkan produk makanan yang dipadukan dengan *Basil* menciptakan masakan yang memiliki aroma yang sedap yang diperoleh dengan menggunakan produk-produk yang berkualitas. Selain menawarkan produk dengan *Basil*, Ocimum House juga menyajikan dengan berbagai jenis sambal dan *crackers* untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Ocimum House akan mendirikan usaha di Ruko Gadget, Gading Serpong, Tangerang, Banten. Alasan mendirikan usaha di Gading Serpong karena lokasi yang strategis dengan jalur akses yang mudah dijangkau dan

dikelilingi oleh sekolah, universitas, perkantoran, rumah sakit, dan perumahan warga sehingga dapat mencapai target pasar yang diinginkan.

Dengan hadirnya Ocimum House di Gading Serpong diharapkan dapat memberikan varian makanan kepada masyarakat Tangerang dan memperkenalkan industri kuliner yang dipadukan dengan basil sehingga wawasan dan pengalaman di bidang kuliner semakin luas dan industri kuliner dapat berkembang untuk ke depannya.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Studi Kelayakan Bisnis yang akan dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai Ocimum House, apakah layak atau tidak layak untuk dijalankan, dimana dilihat dari seluruh aspek terkait. Apakah dapat juga dioperasionalkan dalam sektor penyedia makanan dan minuman. Adapun tujuannya akan dijelaskan lebih lanjut dalam dua bagian:

### **1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)**

Tujuan utama dari Studi Kelayakan Bisnis ini untuk mengetahui apakah bisnis layak atau tidak layak untuk didirikan. Berikut adalah aspek dalam Studi Kelayakan Bisnis:

#### **a. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Aspek Pasar dan Pemasaran meliputi: analisis pasar, SWOT analisis, *Five Forces Analysis* (Analisis lima kekuatan), analisis permintaan, segmentasi, target, posisi, dan baur pemasaran.

b. Aspek Operasional

Aspek operasional meliputi: analisis aktivitas, fasilitas, dan hubungan antara keduanya. Kemudian, memilih kebutuhan ruang, lokasi, dan teknologi yang digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia meliputi: menganalisis sumber daya manusia dan struktur organisasi yang akan digunakan.

d. Aspek Keuangan

Aspek Keuangan meliputi: kebutuhan dana, sumber dana, perkiraan biaya dan pendapatan, proyeksi laba rugi, titik impas, neraca, dan arus kas.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Membangun usaha Ocimum House Restoran dalam sektor penyediaan makanan dan minuman dengan memadukan makanan dengan Basil.
- b. Memberikan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian untuk masyarakat lokal.
- c. Mempromosikan kafe baru yang dapat dinikmati oleh masyarakat mengenai cita rasa dan manfaat dari bahan dasar yang digunakan (Basil).

## C. Metodologi Penelitian

Dalam studi kelayakan bisnis Ocimum House Restoran, diperlukan beberapa data untuk mendukung analisis dari studi kelayakan bisnis yang akan dijalankan sehingga memberikan kesimpulan bahwa restoran layak dijalankan atau tidak. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu mengumpulkan dan menganalisis sumber data primer dan sekunder.

### 1. Data Primer

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

*“Primary data is data that the researcher gathers firsthand for the specific purpose of study.”*

Menurut definisi di atas, data yang dikumpulkan secara langsung untuk tujuan penelitian tersebut. Data primer dapat diperoleh dengan beberapa metode berikut:

#### a. Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal.143), kuesioner adalah: sebuah data yang umumnya dirancang untuk mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah besar. Kuesioner dapat dikelola secara pribadi, didistribusikan secara elektronik, atau dikirim ke responden.

Terdapat berbagai istilah dalam pengumpulan data kuesioner, yaitu *personally administered questionnaires* dan *mail and electronic questionnaires* (Sekaran dan Bougie, 2016, hal. 143).

- 1) *Personally administered questionnaires* adalah pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden dan dapat langsung dikumpulkan dalam jangka waktu relatif singkat.



2) *Electronic questionnaires* adalah pengumpulan data yang digunakan saat responden mencakup wilayah geografis yang luas dan disebarakan melalui berbagai media seperti email, pos, dan lain-lain.

Dalam pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat dan benar. Pada proses pengumpulan nya dibutuhkan sampel atau objek yang tepat sebagai perwakilan untuk mewakili seluruh populasi yang disebut sampling (Sekaran dan Bougie, 2016, hal.235).

1) Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 236), populasi adalah: populasi mengacu kepada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menarik peneliti untuk diteliti. Populasi untuk Ocimum House adalah masyarakat Tangerang di kalangan menengah dan ke atas dan suka menikmati hidangan dengan konsep baru.

2) Kerangka Sampling

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 240), kerangka sampling adalah daftar yang berisikan dari elemen-elemen populasi yang bisa diambil sebagai sampel. Kuesioner akan dibuat dan disebarakan guna menentukan populasi yang sesuai dan menjadi calon pelanggan Ocimum House.

Dalam menentukan jumlah responden yang dibutuhkan, jumlah pertanyaan indikator dalam bagian baru pemasaran akan

dikalikan 10 (26 butir pertanyaan dikalikan sepuluh) sehingga dibutuhkan 260 responden.

### 3) Design Sampling

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 237), *Sampling* dapat diartikan sebagai proses memilih jumlah yang cukup untuk mendapatkan elemen dari populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Tangerang dengan metode *nonprobability sampling*, yaitu *convenience sampling*.

Menurut Sekaran dan 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 diatas, *convenience sampling* adalah teknik pengumpulan informasi dari anggota populasi yang bersedia untuk menyiapkannya.

### 4) Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 220), validitas adalah sebuah pengujian seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur.

Ada pula pengertian reliabilitas menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 220), reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu pengujian seberapa konsisten alat ukur mengukur konsep apapun yang diukur nya.

## 5) Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 127), observasi menyangkut pengamatan yang direncanakan, pencatatan, analisis dan interpretasi perilaku, tindakan atau peristiwa. Observasi ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai lingkungan sekitar Ocimum House Restoran.

## 2. Data Sekunder

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

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

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan peneliti hanya mencari dan mengumpulkan data tersebut. Data sekunder mudah diperoleh karena data sekunder sudah tersedia. Adapun cara memperoleh data sekunder di *website* resmi, referensi buku, Badan Pusat Statistik, perpustakaan, dan lain-lain. Data sekunder yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Pariwisata. Selain itu, sumber lain yang mendukung studi kelayakan bisnis ini diperoleh dari *website* resmi, jurnal ilmiah, dan referensi buku.

## D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

### 1. Pengertian Restoran

Definisi 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.*

Menurut definisi restoran diatas, bahwa restoran merupakan bagian penting dari gaya hidup kita setiap harinya, karena bukan hanya untuk makan tetapi bagian dalam ber sosial. Selain itu restoran juga menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati bersama dengan keluarga, teman, maupun 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 diawali pada saat revolusi Prancis yang terjadi pada tahun 1789-1799 dimana Prancis membantu mengubah jalannya sejarah kuliner. Tokoh yang memiliki peran penting di dalamnya yaitu M. Boulanger dengan julukan “bapak dari restoran modern”. Boulanger, adalah seorang penjual sup yang membuka bisnis pertamanya di kota Paris sekitar tahun 1765. Ia menjual sup di kedai minuman sepanjang malam di Rue Bailleul. Boulanger menyebut sup ini “restorantes” yang merupakan asal kata restoran. Boulanger meyakini bahwa sup merupakan obat untuk semua jenis penyakit. Namun, ia tidak begitu puas membiarkan kuliner nya hanya dengan menjual sup. Menurut Undang-Undang pada waktu itu, hanya hotel yang dapat menyajikan makanan dan sup tidak masuk dalam kategori makanan. Pada tahun 1767, ia menciptakan sup yang terdiri dari kaki domba dengan saus putih. Para serikat pekerja mengajukan gugatan terhadap Boulanger, dan kasus tersebut terjadi sebelum parlemen Prancis. Boulanger memenangkan gugatan

tersebut dan segera membuka restorannya, dan diberi nama Le Champ d'Oiseau. Revolusi Perancis pada tahun 1794 banyak menyebabkan orang meninggal dunia sehingga koki para bangsawan tidak memiliki pekerjaan. Beberapa tinggal di Perancis untuk membuka restoran dan sebagian pergi ke bagian lain Eropa. Banyak juga yang menyeberangi Atlantik untuk ke Amerika, terutama ke New Orleans.

### 3. Klasifikasi Restoran

Restoran dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang disesuaikan dengan target pelanggan dan jenis restoran yang akan dibangun. Menurut Walker (2017, hal. 283), berikut adalah klasifikasi dari restoran, antara lain:

#### a. *Chain or Independent and Franchised Restaurant*

##### 1) *Independent Restaurant*

*Independent Restaurant* merupakan restoran yang didirikan oleh satu orang atau lebih secara pribadi. Dalam hal itu memudahkan pemilik dalam menentukan konsep dari sebuah restoran yang ingin dibangun, menu, dekorasi dan tata ruang secara sendiri tanpa campur tangan orang lain. Contoh: B'Steak Grill & Pancake, Tangerang.

##### 2) *Franchised Restaurant*

*Franchised Restaurant* merupakan restoran yang didirikan dengan menggunakan brand restoran yang sudah ada sebelumnya. *Franchise restaurant* terdapat *franchisee* yaitu pihak yang menggunakan atau membeli *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 McDonalds.

### 3) *Fine Dining*

*Fine Dining Restaurant* merupakan restoran yang menawarkan produk makanan, minuman dengan layanan yang berkelas dan bernilai mewah. Tamu yang datang ke sini merupakan tamu menengah ke atas dan biasanya sebagai tempat untuk diselenggarakan acara. Contoh: AB Steak, Jakarta.

### 4) *Casual Dining and Dinner-House Restaurants*

*Casual Restaurant* merupakan restoran yang menjawab tren sosial pelanggan dimana pelanggan menginginkan gaya hidup yang lebih santai. Produk yang ditawarkan merupakan *signature menu* atau menu yang menjadi ciri khas dari restoran tersebut. Restoran memiliki suasana rumahan namun berkelas agar tamu yang datang merasakan kenyamanan seperti sedang berada di rumah sendiri.

Beberapa tipe dari jenis restoran ini, antara lain:

#### a) *Midscale restaurants*

*Midscale restaurant* merupakan restoran yang menyajikan makanan dengan menggunakan sistem self-service yang bertujuan untuk menekan harga dan meminimalisir jumlah karyawan yang bekerja.

#### b) *Family restaurants*

*Family Restaurant* adalah restoran tidak formal yang menawarkan menu serta layanan yang sederhana yang memiliki

desain untuk menarik tamu yang kebanyakan datang bersama dengan keluarga maupun kerabat terdekat. Contoh: Bandar Djakarta Alam Sutera, Tangerang.

c) *Ethnic restaurant*

*Ethnic restaurant* adalah restoran yang menjual makanan dan minuman yang menggambarkan ciri khas suatu negara maupun daerah setempat serta citarasa yang disajikan juga sangat kental dengan ciri khas suatu negara. Contoh: Taa Indian Restaurant, Tangerang.

d) *Theme restaurant*

*Theme restaurant* adalah restoran yang menawarkan berbagai pilihan jenis makanan yang umum, juga menghadirkan dekorasi restoran yang berbeda dengan restoran lainnya dan mengusung tema tertentu. Contoh: Paris-Lyon Cafe, Tangerang.

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

*Quick Service/Fast Food Restaurant* adalah restoran yang menawarkan layanan cepat saji dengan pilihan menu yang terbatas. Contoh: AW, Burger King, KFC, McDonalds, dan lain-lain.

f) *Bakery Café*

*Bakery Café* merupakan restoran yang lebih santai yang diukur dari tingkat formalitas nya. Restoran yang hanya menyediakan roti dan juga makanan penutup lainnya, dan berbagai minuman dasar seperti kopi dan teh. Contoh: Eaton.

#### 5) Café

Menurut Cousins, Lillicrap & Weekes (2014, hal. 4), kafe merupakan penyedia makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau dengan tingkat pelayanan yang terbatas dan biasanya tingkat kedatangan pelanggannya tinggi untuk mengunjungi café. Makanan dan minuman yang disajikan juga terbatas jumlah pilihannya. Contoh: Arborea Café, Jakarta.

#### 4. Klasifikasi Layanan

Tipe-tipe layanan dalam sebuah restoran jelas berbeda sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan jenis restoran. Menurut Brown (2015, hal.135), terdapat berbagai macam tipe layanan yang digunakan dalam industri makanan dan minuman. Tipe-tipe tersebut, antara lain:

##### a. French Service

French service adalah jenis layanan resmi. Makanan dibawa menggunakan troli menuju meja para pelanggan dan makanan biasanya dimasak dan disajikan di hadapan tamu dan dihangatkan dengan menggunakan pemanas.

##### b. Russian Service

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



c. English Service

English Service merupakan jenis layanan dimana seluruh makanan yang dipesan oleh tamu dibawa oleh pelayan dari dapur dan meletakkannya di atas meja tamu. Tamu dapat mengambil makanan tersebut secara individu.

d. American Service

American Service merupakan jenis layanan dimana pelanggan memesan makanan kepada pelayan dan makanan disajikan dari dapur menuju tempat pelanggan duduk atau menunggu makanannya diantar oleh pelayan.

e. Family Service

Family Service merupakan jenis layanan dengan memungkinkan pelanggan untuk melayani dirinya sendiri dari makanan yang dibawa oleh pelayan dengan menggunakan *tray* dengan membawa makanan dan makanan akan ditaruh di tengah-tengah meja sehingga tamu dapat mengambil langsung ke piring mereka yang berada di dekat tamu. Meja akan dibersihkan setelah hidangan utama selesai dan dilanjutkan dengan hidangan penutup dengan porsi individu.

f. Buffets Service

Buffets Service merupakan jenis layanan 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

Dalam membangun usaha restoran, menu merupakan hal yang sangat penting dalam mengenalkan produk makanan dan minuman yang akan dijual. Menu Menurut Gregoire (2017, hal. 42), menu merupakan daftar makanan dan minuman yang menyediakan berbagai pilihan bagi pelanggan dan juga sebagai alat kontrol utama dalam operasional.

## 6. Klasifikasi Menu

Menu digolongkan dalam beberapa jenis dimana setiap restoran memiliki menu yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Walker (2017, hal. 278), menu dibagi menjadi beberapa klasifikasi, antara lain:

### a. *À la Carte Menu*

Jenis menu yang mencantumkan harga per jenis makanan maupun minuman secara langsung di dalam menu yang akan diberikan kepada tamu.

### b. *Table d'hôte menus*

Jenis menu yang menawarkan berbagai pilihan jenis makanan (dalam bentuk menu hidangan lengkap) di dalam setiap rangkaian menu. Rangkaian menu tersebut sudah ditetapkan oleh pihak restoran.

### c. *Du jour menus*

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

d. *Tourist menus*

Jenis menu yang digunakan untuk menarik pelanggan agar memesan makanan maupun minuman dan menu yang disajikan yaitu makanan yang cepat saji, murah dan mencerminkan makanan lokal atau daerah setempat.

e. *Californiaenus*

Jenis menu yang khusus berada di California.

f. *Cyclical Menus*

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

7. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Ocimum House merupakan sebuah restoran yang berasal dari bahasa latin “Ocimum” yang berarti basil dengan menawarkan makanan yang dipadukan dengan basil, *assorted* sambal, dan *crackers*. Ocimum House dikategorikan sebagai Casual Dining Restaurant dimana menyediakan makanan yang dipadukan dengan basil, berbagai jenis sambal dengan rasa cita khas Indonesia. Oleh karena itu, makanan ini sangat cocok menjadi santapan makan siang maupun makan malam. Makanan ini disajikan dengan nasi, sambal dan kerupuk (*crackers*). Menggunakan basil sebagai bahan dasar dan *Signature Menu* dari Ocimum House. Selain itu, basil memiliki sejumlah manfaat yang baik untuk kesehatan, yaitu meningkatkan sistem kekebalan tubuh,

meredakan gangguan pernapasan, mencegah penyakit paru dan jantung, dan meringankan nyeri sendi.

Untuk Ocimum House Signature's Food and Beverage Menu yang khususnya menggunakan basil, dan basil yang digunakan adalah kemangi, thai basil, dan holy basil untuk makanan menyediakan makanan ringan, makanan berat, dan makan penutup antara lain: Chicken Popcorn, Crispy Chicken Skin, Calamari Ring, Fried Cassava, Chicken Basil with Sambal Matah, Shrimp Basil with Sambal Bawang, Chicken Pesto Fusili, Spaghetti Al Nero, Mie Cakalang with Fried Basil, Grilled Chicken with Curry, Chicken Noodle, Pan Seared Gindara, Nasi Goreng Gulai Kambing, Classic Waffle, Ice Cream, Panekuk. Untuk minuman, menyediakan minuman non alkohol, contoh: Butterfly tea, Basil Lemonade, Berry Borlesque, Lavender Lemonade.

Rencana pendirian Ocimum House di ruko Gadget, Gading Serpong, Tangerang, Banten. Dari tinjauan konseptual, Ocimum House merupakan *Casual Dining Restaurant*, dengan menggunakan *American Service* dimana pelanggan dapat memilih menu makanan dan minuman sesuai dengan yang mereka inginkan dan dapat memilih menu paket dengan harga yang lebih terjangkau. Ocimum House hadir dengan suasana yang nyaman dimana pelanggan dapat merasa nyaman yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti, Wi-Fi, stopkontak, toilet, air conditioner, dan juga interior yang didesain menggunakan hiasan dan ornamen agar memiliki suasana yang nyaman.