

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Perkembangan industri pariwisata di dunia dapat dikatakan berkembang dengan pesat dan maju. Pemanfaat akan sumber daya yang telah ada dilakukan secara maksimal agar terciptanya industri pariwisata yang diharapkan dapat berkembang dan menjadikan negaranya menjadi salah satu Negara dengan pariwisata yang dapat dilihat di dunia. Pariwisata membawa dampak yang sangat besar bagi suatu Negara dalam bidang ekonomi, politik, sosial, dan lainnya. Masyarakat juga dapat merasakan dampak yang positif maupun negatif dikarenakan pariwisata yang ada.

Perkembangan pariwisata di Indonesia yang berkembang sangat pesat membuat banyaknya pengembang pariwisata berlomba-lomba untuk menciptakan suatu usaha dalam menyediakan layanan jasa maupun barang, seperti hotel, jasa perjalanan, restoran, dan sebagainya. Permintaan akan barang dan jasa yang meningkat membuat para pelaku bisnis di Indonesia berlomba-lomba dalam membangun usaha yang mempunyai tujuan yang berbeda-beda.

TABEL 1

Pertumbuhan Rata-Rata Usaha Industri Pariwisata Bidang Penyedia Makanan dan Minuman di DKI Jakarta tahun 2009-2011

No	Jenis Usaha	Tahun		
		2009	2010	2011
1	Restoran	2.215	2.481	2.742
2	<i>Bar</i>	600	646	705
	Jumlah	2.815	3.127	3.447

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta (2011)

Restoran menjadi salah satu usaha yang banyak dikembangkan saat ini. Terjadinya peningkatan yang cukup signifikan untuk pertumbuhan restoran pada tahun 2009 sebesar 2.215, tahun 2010 sebesar 2.481, tahun 2011 sebesar 2.742. Terlihatnya perbedaan yang terjadi dengan *bar* yang kurang mengalami peningkatan yang tidak signifikan pada setiap tahunnya. Dapat dikatakan bahwa peluang dalam membuka restoran sangatlah besar.

TABEL 2

Pengeluaran Rata-rata per Kapita Per Bulan Untuk Makanan dan Bukan Makanan di DKI Jakarta tahun 2012-2013

No	Kelompok Barang	2012	2013
		%	%
1.	Makanan	36,31	39,47
2.	Bukan Makanan	63,69	60,53
	Jumlah	100,00	100,00

Sumber: BPS DKI Jakarta (2013)

Tabel 2 menunjukkan adanya peningkatan yang terjadi pada tahun 2012-2013 di DKI Jakarta pada pengeluaran rata-rata per kapita per bulan untuk makanan sebesar 3,16%, dimana pada tahun 2012 sebesar 36,31% dan 2013 sebesar 39,47%. Permintaan akan makanan yang tinggi dikarenakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia menjadikan bisnis restoran suatu peluang usaha yang mempunyai potensi dalam dunia kepariwisataan untuk dikembangkan. Restoran di DKI Jakarta yang mempunyai beragam jenis masakan ikut serta mendukung berkembangnya kepariwisataan karena dapat menarik orang untuk mencoba.

TABEL 3
Jumlah Restoran di DKI Jakarta Menurut Jenis Masakan Tahun 2010

Jenis Masakan	Jumlah (%)
Indonesia	55,16%
Amerika/Eropa	24,42%
China	7,65%
Jepang	7,25%
Masakan lainnya	5,52%
Jumlah	100%

Sumber: BPS DKI Jakarta (2010)

Keberagaman budaya yang terjadi di DKI Jakarta memberikan suatu keunikan untuk masyarakatnya karena dapat diterima dengan baik. Dapat dilihat dari keberagaman restoran yang ada di DKI Jakarta, mulai dari restoran Indonesia, Amerika atau Eropa, China, dan Jepang. Kebudayaan yang berbeda terealisasi kepada restoran yang dibuat dan pengenalan budaya akan makanan menjadikan sarana yang disediakan sehingga masyarakat tertarik untuk mencoba. Dapat dilihat juga bahwa restoran dengan masakan Indonesia memiliki jumlah terbanyak sehingga penulis memutuskan untuk membuka restoran Indonesia karena masakan Indonesia masih diminati oleh masyarakat dilihat dari banyaknya restoran dengan masakan Indonesia. Maka dari itu, restoran di DKI Jakarta menjadi salah satu peluang tempat membuka restoran yang dapat dijadikan daya tarik masyarakat lokal maupun internasional.

TABEL 4
Jumlah Penduduk Jakarta 2009-2013

Region	Kategori	JUMLAH PENDUDUK				
		2013	2012	2011	2010	2009
Jakarta-Utara	Total (jiwa)	1 732 979	1 715 564	1 697 871	1.645.659	1.471.663
Jakarta-Barat	Total (jiwa)	2.396.585	2.362.403	2.362.656	2.281.945	2.221.243
Jakarta-Selatan	Total (jiwa)	2.141.941	2.118.999	2.126.833	2.062.232	2.159.638
Jakarta-Timur	Total (jiwa)	2.791.072	2.763.091	2.775.956	2.693.896	2.448.653
Jakarta-Pusat	Total (jiwa)	906.601	902.922	906.752	902.973	902.216
Kepulauan seribu	Total (jiwa)	22.713	22.423	21.875	21.082	19.587
Total	Total (jiwa)	9.969.948	9.862.138	9.891.943	9.607.787	9.223.000

Sumber: BPS DKI Jakarta (2013)

Berdasarkan jumlah penduduk pada tabel 4, terjadi peningkatan pada setiap tahunnya di Jakarta. Peningkatan yang terjadi akan membuka peluang untuk membuka usaha dalam bidang kuliner. Maka dari itu, peluang ini dipakai oleh penulis untuk membuka restoran yang memiliki kualitas makanan dan pelayanan yang baik, dan Jakarta Utara, menjadi salah satu daerah yang dipilih untuk membuka restoran ini karena di Jakarta Utara masih sedikit yang menawarkan makanan khas Sunda. Berikut merupakan tabel Kecamatan daerah Jakarta Utara:

TABEL 5
Penduduk Jakarta Utara Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin 2013

No	Kecamatan	Penduduk		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Penjaringan	162.484	165.194	327.678
2.	Pademangan	81.024	77.591	158.615
3.	Tanjung Priok	195.609	193.937	389.546
4.	Koja	153.536	150.201	303.737
5.	Kelapa Gading	73.804	82.576	156.380
6.	Cilincing	196.411	200.612	397.030
Jumlah		862.868	807.111	1.732.979

Sumber: Statistik Daerah Jakarta Utara (2013)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa Jakarta Utara mengalami peningkatan setiap tahunnya. Maka dari itu terciptalah ide untuk membuat suatu bisnis restoran dengan nama “Raos Pisan”. Lokasi restoran Raos Pisan yang berada diwilayah Kecamatan Penjaringan merupakan wilayah dengan jumlah penduduk ke-3 terbanyak di wilayah Jakarta Utara. Maka dari itu lokasi tersebut dinilai tepat untuk membangun restoran di Pantai Indah Kapuk yang berada di kecamatan Penjaringan. Ini juga di dukung oleh jumlah restoran yang ada di wilayah Jakarta Utara.

TABEL 6

Jumlah Usaha Pariwisata Bidang Rumah Makan dan Kantin Tahun 2008-2011 di Jakarta Utara

No.	Tahun	Rumah Makan & Bar	Kantin	Bakery	Jumlah
1.	2008	476	110	27	613
2.	2009	482	124	31	637
3.	2010	482	124	31	637
4.	2011	569	75	31	675

Sumber: Sudin Pariwisata Jakarta Utara (2012)

Dari data diatas menunjukkan bahwa jumlah usaha pariwisata di bidang rumah makan dan kantin pada tahun 2008 sampai 2011 di Jakarta Utara terus mengalami peningkatan yang menjadi pemicu bagi penulis untuk mendirikan restoran Raos Pisan didaerah tersebut.

Restoran Raos Pisan merupakan restoran dengan jenis *ethnic restaurant* dimana restoran menyediakan masakan Indonesia dengan khas Sunda dengan memberikan dekorasi yang bertemakan Tari Merak yang merupakan salah satu tarian khas Sunda sehingga dapat mendukung keberagaman restoran dengan menampilkan budaya tarian Sunda yang ada di Jakarta. Lokasi restoran Raos Pisan berada di Ruko

Cordoba blok D no. 3, Pantai Indah Kapuk, Kecamatan Pejaringan, Jakarta Utara. Raos Pisan berasal dari bahasa Sunda dapat diartikan sangat enak, secara keseluruhan dari atmosfer, makanan dan minuman, dan pelayanan yang diberikan diharapkan baik sesuai arti dari nama restoran ini. Jenis pelayanan yang ditawarkan Raos Pisan dengan jenis *Family-style Service*. Dengan bertemakan Tari Merak yang menjadi dekorasi di restoran akan membawa kesan dari keindahan bulu ekor merak yang berwarna indah dan mempesona tetapi dengan kesederhanaan yang akan tetap tercipta didalam restoran. Terdapat pula pertunjukan tarian merak yang akan dilakukan setiap minggunya untuk menghibur pelanggan. Sesuai dengan nama dari restoran dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia dapat merasakan cita rasa masakan Indonesia khas Sunda yang baik dengan dekorasi dan suasana restoran yang nyaman dengan pelayanan yang baik.

Dekorasi restoran dengan bertemakan tarian Merak yang menceritakan tentang sejarah dan cerita tarian Merak yang dituliskan disetiap lukisan yang berada di dinding restoran yang indah serta terdapat alunan musik Sunda seperti angklung dan suling yang dapat didengarkan akan membuat nyaman pengunjung karena didasarkan pada konsep dari nama restoran ini akan membuat pengunjung merasakan sesuatu yang sangat enak. Penerangan yang cukup juga akan diberikan dengan menampilkan kesan hangat pada pencahayaannya. Pelayan berbusana batik modern dengan pelayanan yang baik akan dirasakan pengunjung ketika makan akan membuat pengunjung merasakan kesederhanaan dan ketulusan dari pelayan untuk melayani.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Dengan melakukan studi kelayakan bisnis akan didapatkan hasil analisis mengenai layak atau tidaknya usaha untuk dijalankan. Adapun tujuan dari studi kelayakan bisnis ini meliputi beberapa tujuan. Tujuan utama dalam studi kelayakan restoran Raos Pisan ini adalah:

Tujuan Utama adalah:

1. Memberikan keuntungan kepada investor.
2. Menentukan apakah bisnis restoran ini layak atau tidak untuk dijalankan.
3. Menganalisa pengaruh aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek finansial untuk menentukan kelayakan bisnis ini.

Adapun tujuan lain dari studi kelayakan restoran Raos Pisan adalah:

1. Membantu meningkatkan ekonomi Indonesia terutama di bidang kuliner
2. Memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang selalu ingin mencoba sesuatu yang baru di dalam dunia *food and beverage*.
3. Membuka lapangan kerja baru di Jakarta Utara.
4. Menambah pendapatan pemerintah daerah Jakarta Utara.
5. Sebagai acuan bagi pebisnis lain yang ingin membuat bisnis serupa.

C. Metodologi

Dalam mendukung proses analisis pembuatan restoran harus dilakukannya pengumpulan data. Menurut Sekaran dan Bougie (2013), data dapat dikumpulkan dengan berbagai metode, dalam keadaan yang berbeda (di lapangan atau

laboratorium), dan dari berbagai sumber yang dapat mendukung proses analisis kelayakan bisnis tersebut. Metode pengumpulan data meliputi wawancara langsung, wawancara melalui telepon, wawancara menggunakan komputer, kuesioner yang disebar secara personal, dikirim melalui pos, atau melalui alat elektronik, observasi langsung dengan atau tanpa rekaman gambar atau suara. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menganalisis dalam studi kelayakan bisnis restoran raos pisan adalah sebagai berikut:

1. Data primer

Data Primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari peneliti pertama kali untuk variabel kepentingan dari tujuan khusus sebuah studi (Sekaran dan Bougie, 2013).

Data primer pada analisis ini didapatkan menggunakan metode:

- a. Metode survei dengan Kuesioner

Kuesioner merupakan rangkaian pertanyaan tertulis yang telah diformulasikan sebelumnya yang diberikan kepada responden untuk mencatat jawaban mereka, biasanya dalam bentuk pilihan tertutup yang telah ditentukan. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang efisien. Kuesioner ini bersifat deskriptif untuk mengetahui minat pasar akan restoran Raos Pisan. Kuesioner ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian pertama untuk mengetahui data demografis dari responden seperti usia, pekerjaan, tempat tinggal dan bagian kedua untuk mengetahui kondisi restoran Raos Pisan yang diinginkan oleh responden, serta bagian ketiga untuk mengetahui

minat responden terhadap restoran Raos Pisan terutama terkait dengan baur pemasaran restoran Raos Pisan ini.

Dalam pembuatan kuesioner ini metode yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, secara spesifik yakni metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* berarti pengumpulan informasi dari anggota populasi yang bersedia menyediakan informasi tersebut (Sekaran dan Bougie, 2013). Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung kepada responden yang ditemui untuk segera diisi, kemudian langsung dikumpulkan kembali. Kuesioner ini disebar di daerah Jakarta Utara dan lebih spesifik lagi di Pantai Indah Kapuk yang merupakan daerah rencana restoran ini akan didirikan. Responden yang dituju adalah responden yang berpotensi mengunjungi Raos Pisan dan tertarik dengan masakan Indonesia.

b. Observasi Langsung

Observasi langsung dilakukan di daerah Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara untuk mengetahui lokasi yang tepat dalam pemilihan tempat didirikannya restoran Raos Pisan serta mengamati pesaing yang telah lebih dulu berdiri di daerah tersebut.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah didapatkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari instansi lain yang memiliki kredibilitas dan dapat dipercaya. Data sekunder diperoleh melalui Badan Pusat Statistik, Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta, internet, dan data yang berasal dari perpustakaan yang mendukung untuk dijalankannya bisnis restoran ini. Tujuan dari data sekunder untuk menganalisa aspek-aspek yang bersangkutan seperti aspek pasar, dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek keuangan dengan rencana bisnis yang direncanakan dan teori-teori yang mendukung bisnis terkait.

D. Tinjauan Konseptual

1. Restoran

a. Pengertian restoran

Menurut Walker (2009) restoran adalah:

Restaurant are a vital part our everyday lifestyles; because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize, as well as eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates, to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Restoran merupakan suatu usaha yang mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia dan telah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat lepas dari interaksi sesama manusia. Salah satu cara untuk berinteraksi adalah dengan mengunjungi restoran. Oleh sebab itu, bisnis Raos Pisan ini menawarkan sebuah tempat yang dapat memenuhi kebutuhan makan, minum, dan bersosialisasi.

b. Sejarah Restoran

Menurut Walker (2008), berdirinya restoran pada awal mula di abad 18 di Perancis. Kata restoran berasal dari bahasa Perancis yaitu “Restaurer”, dapat

diartikan dalam bahasa Indonesia yaitu mengisi ulang. Pada tahun 1765, di Perancis, terdapat dua orang terkenal yaitu Boulanger membuka sebuah tempat makan dengan nama “*Bouillons Restaurants*” dan pada tahun 1782, Beauvilliers membuka sebuah tempat makan dengan nama “*Grand Taverne de Londres*” yang terkenal dengan penyusunan daftar makanan dan minuman serta makanannya yang disajikan di atas meja kecil. Boulanger dan Beauvilliers memberikan pengaruh yang besar terhadap penggunaan nama restoran dan dalam *food and beverage service industry* sehingga banyak negara-negara lain yang menggunakan nama *restaurant* karena Perancis yang pertama kali memakai nama tersebut.

2. Jenis-jenis restoran

Ada beberapa jenis restoran menurut Walker (2009) yaitu:

a. *Full-service Restaurant*

1. *Fine dining*

Restoran dengan *full service* yang memiliki kategori hidangan menu yang spesifik dan mahal. Restoran tipe ini memiliki konsep yang formal atau casual dan dapat dikategorikan dari harga, tingkat formalitas, dekorasi, dan menu. Tamu akan dilayani dengan *staff* yang terlatih dan berpengalaman.

2. *Theme restaurant*

Restoran yang dibangun berdasarkan tema yang telah ditentukan oleh pemilik restoran. Menyajikan menu yang terbatas karena ingin menonjolkan tema dari restoran untuk menciptakan pengalaman dari

tamu yang makan di restoran ini dan tempat melakukan pertemuan untuk bersosialisasi.

3. *Celebrity restaurant*

Restoran yang dimiliki seorang selebriti yang menarik pelanggan dari popularitasnya.

4. *Steak houses*

Restoran dengan menu atau produk utama yaitu daging merah. Beberapa restoran ada yang menambahkan dengan ayam maupun ikan untuk menarik pelanggan.

b. *Casual Dining and Dinner House Restaurant*

1. *Family restaurant*

Restoran ini memiliki lokasi yang mudah dicapai dari pinggiran kota dengan konsep informal yang menawarkan menu sederhana dan layanan yang dirancang untuk menarik perhatian para keluarga. Biasanya tamu-tamu yang berkunjung ke restoran ini merupakan keluarga yang ingin menikmati waktu luangnya dengan makan bersama keluarga mereka.

2. *Ethnic restaurant*

Restoran yang menawarkan masakan yang khas suatu negara, dan dilengkapi dengan hiasan-hiasan yang berasal dari negara tersebut yang menciptakan suasana restoran di Negara tersebut.

Contohnya: Restoran Korea, Restoran Jepang, Restoran Prancis

3. *Quick service fast food restaurants*

Biasanya disebut dengan restoran cepat saji. Restoran ini menawarkan menu yang terbatas dengan harga yang relatif murah, dekorasi yang sederhana dengan gambar makanan untuk dipesan konsumen.

Terdapat tempat yang berfungsi untuk memesan dan mengambil makanan yang telah dipesan konsumen.

a. Konsep layanan

Selain mengetahui jenis-jenis restoran, layanan restoran juga harus diperhatikan. Layanan restoran harus disesuaikan dengan konsep restoran. Menurut Dahmer dan Kahl (2009), jenis-jenis layanan dibagi menjadi tujuh jenis, yaitu:

1. *French Service*

French Service merupakan tipe layanan di mana pelayan mempersiapkan bahan makanan di dalam dapur kemudian membawa bahan makanan tersebut ke meja tamu menggunakan meja dorong yang disebut *gueridon*. Makanan yang ada di atas *gueridon* akan dimasak dengan koki menggunakan *rechaud* di depan para tamu untuk menjaga agar makanan yang disajikan tamu tetap hangat. Makanan yang disajikan ke tamu sudah melalui proses *slicing*, *deboning*, *cooking*, *garnishing*.

2. *Russian Service*

Russian Service digunakan untuk melayani tamu di mana pelayan mempersiapkan makanan yang telah diporsikan sebelumnya kemudian pelayan menuju ke meja tamu dan memorsikan makanan ke atas piring tamu. *Russian Service* menggunakan *silver plate* dalam menyajikan makanan ke tamu. *Russian Service* menawarkan jenis pelayanan yang formal, elegan, dan pelayanan yang sangat mementingkan tamu.

3. *American Service*

Tipe layanan *American Service* merupakan makanan yang telah dipersiapkan sebelumnya, kemudian dimasak, pelayan memorsikan makanan di atas *dinner plate* dan menyajikan makanan ke tamu. *American Service* dapat digunakan untuk melayani tamu yang membutuhkan pelayanan yang cepat, makan di restoran yang menyediakan pelayanan yang sederhana.

4. *Banquet Service*

Banquet Service digunakan pada sebuah acara besar seperti perkawinan atau acara formal. Makanan di dalam acara *banquet* sudah terlebih dahulu sebelum tamu undangan datang ke acara tersebut.

5. *Buffet Service*

Jenis layanan *buffet service* di mana para tamu dapat mengambil makanannya sendiri dengan tempat yang telah disediakan. Pelayan

restoran hanya melakukan *clear up* makanan dan minuman di atas meja tamu. *Buffet Service* harus mempunyai pengaturan *buffet* yang menarik dan memudahkan tamu untuk mengambil makanan.

6. *English Service*

English Service biasanya digunakan untuk acara *special dinner* di *private dining room*. *English Service* merupakan pelayanan dimana pelayan membawa makanan dari dapur kemudian pelayan makanan yang akan dihidangkan ke depan tamu setelah itu, makanan diporsikan ke depan tamu dan menyajikan di atas piring tamu.

7. *Family-style Service*

Family-style Service merupakan pelayanan yang lebih ke arah informal. Makanan yang telah dimasak dan telah diberikan *garnish* di dapur diletakkan di tengah meja tamu, kemudian tamu yang akan mengambil makanan tersebut sesuai dengan porsi yang diinginkan tamu. Layanan yang digunakan adalah menunggu kedatangan tamu kemudian setelah tamu datang, pelayan menyajikan makanan di atas meja, menuangkan minuman, membawa *condiments* yang dibutuhkan, dan melakukan *clear up* makanan yang telah habis di atas meja tamu.

3. Sejarah dan Perkembangan Makanan Sunda

Menurut Ekadjati (1995), makanan pokok orang Baduy adalah nasi. Beberapa cara dipakai dalam mengolah beras, yaitu dengan cara dikukus dengan alat dadang, kukusan, dan dulang. Lauk pauk yang disertakan adalah ikan, daging,

lalab, dan sayur-mayur. Orang Baduy mendapatkan ikan dari hasil pancingan maupun membelinya dari luar karena mereka dilarang untuk memelihara dikolam buatan. Daging juga berasal dari ayam yang mereka pelihara, namun untuk kerbau dan sapi dibeli diluar karena didaerah tempat tinggal mereka melarang masyarakatnya untuk memelihara hewan berkaki empat. Makanan mereka biasanya dimasak dengan cara dikukus, dibakar, digodog, dan dipepes.

Masakan Sunda telah mengalami perkembangan dalam dunia kuliner. Makanan yang berasal dari Jawa Barat ini identik dengan sayur, lalapan segar, serta sambal yang menjadi salah satu ciri khas makanan Sunda. Biasanya, masakan Sunda menampilkan rasa yang sederhana. Rasa yang ditawarkan gurih, asin, asam segar, manis ringan, dan cenderung tidak pedas. Pengolahan bumbu masakan Sunda yang tidak terlalu halus membuat masakan menjadi beraroma karena aroma rempah-rempah tidak hilang.

a. Beberapa macam makanan khas Sunda:

- 1) Nasi liwet
- 2) Nasi timbel
- 3) Nasi pepes
- 4) Sayur asem
- 5) Sayur lodeh
- 6) Pepes tahu
- 7) Pepes omcom
- 8) Pepes ikan

9) Semur daging

10) Semur ati ampela

b. Beberapa macam sambal dalam masakan khas Sunda:

1) Sambal oncom

2) Sambal cibiuk

3) Sambal goreng

4) Sambal petai

5) Sambal terasi goreng

4. Sejarah Tarian Merak

Menurut Ekadjati (1995), Tarian Merak merupakan kesenian tari yang berasal dari Pasundan, Jawa barat. Pada tahun 1950-an, Raden Tjetjep Somantri menciptakan gerakan tari merak dan dibuat ulang oleh Dra. Irawati Durban pada tahun 1965. Tarian ini menceritakan tentang burung merak jantan yang ingin menarik hati burung merak betina dengan memperlihatkan keindahan bulu ekornya yang panjang dan berwarna-warni. Gerak gerak merak jantan terlihat seperti tarian yang gemulai untuk menampilkan pesona dirinya sehingga merak betina terpesona dan melanjutkan ritual perkawinan mereka. Tari merak mempunyai ciri khas pada kostumnya yang memiliki motif bulu merak seperti warna hijau, biru, dan hitam. Kostum ini memiliki bagian sayap yang dipenuhi dengan payet dan dapat dibentangkan oleh sang penari. Para penari juga menggunakan mahkota yang berhiaskan kapala merak yang menambah motif burung merak. Dalam pertunjukan tari merak, penari saling berpasangan dan memerankan sebagai merak betina dan merak jantan. Tari

merak diiringi lagu gending Macal Ucul dan penari mulai menggerakkan tubuhnya dengan gemulai seperti gerakan merak jantan yang sedang tebar pesona. Gerakan merak yang anggun, penuh keceriaan, dan mempesona tergambar dari gerakan Tari Merak ini.

