

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Menurut Walker dan Lundberg (2005: 3), restoran adalah salah satu tempat utama untuk memenuhi kebutuhan fisik tubuh, bersosialisasi, menghabiskan uang, mempelajari tentang dunia luar dan membangun sebuah bisnis. Walker dan Lunberg (2005: 3) juga mengungkapkan alasan-alasan mengapa seseorang mendirikan usaha restoran, yaitu antara lain karena alasan uang, potensi untuk dijual di masa mendatang, tempat untuk bersosialisasi, tantangan, gaya hidup, dan kesempatan untuk mengekspresikan diri.

Menurut Walker dan Lundberg (2005: 3), sebuah restoran yang sukses dengan penjualan yang tinggi akan memberikan keuntungan yang besar. Restoran yang sukses akan memikat pengusaha-pengusaha atau perusahaan-perusahaan besar yang tertarik untuk membeli dengan harga yang tinggi. Ketika pemilik restoran sudah mulai berumur dan lelah, pemilik dapat memilih untuk menjual restorannya dan pensiun. Selain itu, mendirikan usaha restoran juga memberikan tantangan tersendiri bagi pendirinya untuk dapat lebih inovatif dalam bersaing baik dalam segi produk, layanan, suasana, pemasaran, maupun promosi.

Ketika seseorang sudah mempelajari restoran dan merasa nyaman, hal tersebut dapat membuat kecanduan sehingga tanpa disadari orang tersebut akan menikmati bisnisnya dan menjadikan restoran sebagai gaya hidup. Pemilik restoran dapat mengekspresikan dirinya melalui atmosfir restoran, jenis makanan, dan sebagainya. Sementara dari sisi konsumen, konsumen yang mencintai

makanan dan minuman akan menyukai restoran-restoran baru dengan konsep dan makanan yang berbeda atau unik.

Kota Tangerang Selatan yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Tangerang, memiliki beberapa lokasi obyek wisata, baik wisata alam, wisata kuliner, maupun wisata belanja. Obyek-obyek wisata tersebut perlu dikelola dengan profesional sehingga bukan hanya meningkatkan arus kunjungan wisatawan, tetapi juga dapat meningkatkan nilai pariwisata dan pendapatan asli daerah (PAD) Tangerang.

Menurut BPS Tangerang Selatan (2010), Kota Tangerang Selatan memiliki luas wilayah 150,78 km² dengan jumlah penduduk 1.303.569 jiwa. Dari seluruh Kota Tangerang Selatan, daerah yang paling berkembang adalah Kecamatan Serpong. Hal ini dikarenakan sebagian besar wilayah Kecamatan Serpong memiliki fasilitas yang memadai seperti perumahan, pusat perbelanjaan, pusat bisnis, rumah sakit, sekolah, dan universitas. Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang menunjang perkembangan zaman, kemajuan wilayah Serpong semakin pesat.

Pertumbuhan bisnis di Tangerang Selatan terus berkembang terlebih dengan adanya fasilitas-fasilitas pendukung seperti yang telah disebutkan diatas. Menurut Pemerintah Kota Tangerang Selatan, laju pertumbuhan ekonomi Kota Tangerang Selatan berhasil menembus angka 8,7%. Jika dibandingkan dengan presentase satu tahun sebelumnya yang hanya mencapai 6,4%, sedangkan rata-rata tingkat nasional saja hanya 7,5%.

Berkenaan dengan kemajuan ekonomi dan ketersediaan fasilitas yang mendukung di wilayah Tangerang Selatan, pendirian usaha di wilayah ini tentu

akan sangat berpotensi dan menjanjikan. Tingkat pertumbuhan ekonomi di Tangerang Selatan dalam jutaan rupiah dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL 1
Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Tangerang Selatan
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2008-2010 (persen)

LAPANGAN USAHA	2008*)	2009*)	2010**)
1. PERTANIAN, PETERNAKAN, PERKEBUNAN DAN PERIKANAN	-0.56	1.66	2.19
a. Tanaman bahan makanan	-0.95	0.32	1.22
b. Tanaman perkebunan	0.24	1.09	2.02
c. Peternakan dan hasil-hasilnya	-0.06	2.75	3.41
d. Kehutanan	-	-	-
e. Perikanan	-0.09	5.34	3.35
2. PERTAMBANGAN DAN PENGGALIAN	0.62	11.51	4.39
a. Minyak dan gas bumi (migas)	-	-	-
b. Pertambangan tanpa migas	-	-	-
c. Penggalian	0.62	11.51	4.39
3. INDUSTRI PENGOLAHAN	1.74	1.67	1.72
a. Industri migas	-	-	-
1. Pengilangan Minyak Bumi	-	-	-
2. Gas Alam Cair	-	-	-
b. Industri tanpa migas	1.74	1.67	1.72
1. Makanan, Minuman dan Temb	-	-	-
2. Tekstil, Brg. Kulit & Alas Kaki	-	-	-
3. Brg. Kayu & Hasil Hutan lainnya	-	-	-
4. Kertas dan Barang Cetak	-	-	-
5. Pupuk, Kimia & Brg. dari Karet	-	-	-
6. Semen & Brg. Galian bukan logam	-	-	-
7. Logam Dasar Besi & Baja	-	-	-
8. Alat Angk. Mesin & Peralatannya	-	-	-
9. Barang lainnya	-	-	-
4. LISTRIK, GAS DAN AIR BERSIH	1.77	4.40	5.02
a. Listrik	1.67	4.33	4.97
b. Gas kota	-	-	-
c. Air bersih	8.28	8.63	7.86
5. BANGUNAN	12.20	12.68	12.97

TABEL 1
Laju Pertumbuhan Ekonomi Kota Tangerang Selatan
Menurut Lapangan Usaha Tahun 2008-2010 (persen)
(Lanjutan)

LAPANGAN USAHA	2008*)	2009*)	2010**)
6. PERDAGANGAN, HOTEL DAN RESTORAN	13.22	9.00	9.80
a. Perdagangan besar dan eceran	13.47	6.11	9.12
b. Hotel	8.48	5.19	8.82
c. Restoran	12.72	14.90	11.08
3. Angkutan laut	-	-	-
4. Angkutan sungai dan penyebrng	-	-	-
5. Angkutan udara	-	-	-
6. Jasa penunjang angkutan	9.32	3.35	5.59
b. Komunikasi	15.97	19.41	17.55
1. Pos dan Telekomunikasi	15.97	19.41	17.55
2. Jasa Penunjang Komunikasi	-	-	-
8. KEUANGAN, PERSEWAAN & JASA PERUSUSAHAAN	12.76	12.11	14.05
a. Bank	16.56	16.92	8.76
b. Lembaga keuangan lainnya	16.56	16.92	13.40
c. Jasa penunjang keuangan	-	-	-
d. Sewa bangunan	12.39	11.30	14.67
e. Jasa perusahaan	8.47	17.54	15.99
9. JASA-JASA	10.24	8.88	5.65
a. Pemerintahan umum	9.94	11.07	5.01
1. Administrasi Pemerintah & Pert	9.94	11.07	5.01
2. Jasa Pemerintah lainnya	-	-	-
b. Swasta	10.41	7.63	6.03
1. Sosial kemasyarakatan	16.24	14.10	5.29
2. Hiburan dan rekreasi	14.26	23.28	20.66
3. Perorangan dan rumah tangga	8.29	4.36	5.18
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO	9.39	8.49	8.70
*) Angka Perbaikan			
**) Angka Sementara			

Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Tangerang Selatan (2010)

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa perekonomian di industri makanan khususnya restoran mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Selain peningkatan pertumbuhan ekonomi, menurut Badan Pusat Statistik kecamatan setempat, laju pertumbuhan penduduk wilayah Tangerang Selatan juga mengalami peningkatan.

TABEL 2
Perkembangan Usaha Restoran / Rumah Makan
Berskala Menengah dan Besar Tahun 2007 – 2010

Tahun	USAHA / PERUSAHAAN		RATA-RATA TENAGA KERJA
	Jumlah	Pertumbuhan (%)	
2007	1.615	-	27
2008	2.235	38,39	27
2009	2.704	20,98	27
2010	2.916	7,84	27

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2010

Tabel 2 menunjukkan perkembangan usaha restoran dari tahun ke tahun. Ketua Perhimpunan Pengusaha Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Tangsel, menyatakan bahwa Tangerang Selatan yang baru berumur tiga tahun telah menunjukkan perkembangan yang pesat, terlihat dari peluang-peluang ekonomi. Seperti, pertumbuhan ekonomi diatas 8% dan pertumbuhan penduduk diatas 4%. Kedua faktor tersebut menyebabkan, perputaran perekonomian mikro menjadi signifikan, dan hal itu merangsang para pengusaha untuk mau menginvestasikan ke wilayah Tangerang Selatan.

TABEL 3
Laju Pertumbuhan Penduduk (LPP) dan Distribusi Penduduk
Tangerang Selatan 2010

Kecamatan	Jumlah Penduduk (orang)	LPP (%)	Distribusi Penduduk (%)
Setu	64.985	4,90	4,99
Serpong	137.398	5,52	10,54
Pamulang	288.511	4,19	22,13
Ciputat	195.900	4,53	15,03
Ciputat Timur	183.330	3,80	14,06
Pondok Aren	307.154	5,05	23,56
Serpong Utara	126.291	6,32	9,69
Kota Tangerang Selatan	1.303.569	4,74	100,00

Sumber: BPS Kecamatan Tangerang Selatan (2010)

Seperti terlihat pada tabel di atas, laju pertumbuhan penduduk dan laju pertumbuhan ekonomi wilayah Tangerang Selatan mengalami peningkatan secara konstan. Pertumbuhan penduduk per tahun selama 10 tahun terakhir yaitu dari

tahun 2000-2010 adalah sebesar 4,74%. Sementara laju pertumbuhan ekonomi pada sektor restoran di Tangerang Selatan meningkat hingga 9,8% per tahun. Peningkatan laju pertumbuhan ekonomi ini lebih besar daripada laju pertumbuhan penduduk, yang berarti pendapatan per kapita dari industri restoran mengalami peningkatan.

Melalui fenomena ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi laju pertumbuhan penduduk maka semakin tinggi pula pengeluaran untuk membeli makanan jadi di luar rumah, baik restoran, warung, kafe, mal, dan sebagainya. Peningkatan pengeluaran masyarakat disadari dengan baik sehingga terciptalah suatu gagasan untuk mendirikan sebuah usaha jasa pangan dengan menu utama berbahan dasar nasi. Kesempatan usaha tersebut diwujudkan dengan didirikannya Restoran Benang Raja.

Restoran Benang Raja adalah sebuah restoran dengan inovasi unik yang menyediakan makanan dengan menu spesialisasi nasi uduk yang diolah secara variatif. Restoran Benang Raja menawarkan menu nasi uduk dengan aneka warna, antara lain, nasi uduk hijau, nasi uduk ungu, dan nasi uduk merah. Kelebihan Restoran Benang Raja adalah cara penyajian nasi uduk yang unik dengan tampilan nasi berbentuk segitiga kerucut. Selain itu Restoran Benang Raja menggunakan bahan-bahan alami dari ekstrak sayur-sayuran untuk mewarnai nasi uduk. Misalnya penggunaan daun suji dan daun pandan untuk nasi uduk hijau, buah tomat untuk nasi uduk merah, dan buah bit untuk nasi uduk ungu.

Nasi uduk Benang Raja dihidangkan dengan beragam lauk yang bisa dipilih sendiri oleh konsumen. Pilihan lauk yang digoreng antara lain terdiri dari ayam, empal, tahu, tempe, telur, dan paru. Pemilihan nasi uduk sebagai menu

spesialisasi didasarkan atas beberapa pertimbangan, seperti peran nasi bagi sebagian masyarakat Indonesia dan nutrisi yang terkandung dalam nasi uduk.

Menurut Taylor (2003: 8), nasi adalah bahan makanan pokok bagi seluruh lapisan masyarakat Indonesia modern, dan pertanian padi menempati posisi utama dalam kebudayaan Indonesia. Bahan makanan tersebut adalah sumber karbohidrat yang baik dan karena itu juga sumber tenaga. Bahan makanan tersebut juga merupakan sumber protein yang berguna, sebab 6-12% dari semua padi-padian biasanya terdiri dari protein. Sementara pangan hewani merupakan 5-15% dari pangan yang dimakan di Asia Tenggara. Pangan hewani seperti daging unggas, ikan, susu, keju, dan telur, kaya akan jenis protein yang diperlukan tubuh manusia. Karena itu pangan tersebut merupakan pangan pembentuk tubuh yang baik. Telur memberikan banyak gizi yang diperlukan dalam makanan. Disamping sebagai sumber protein yang baik, telur kaya akan besi dan kapur. Kuning telur menyediakan vitamin yang larut dalam lemak. Telur, jika dipakai untuk menambah susunan makanan terutama yang terdiri dari padi-padian dan akar-akaran yang berpati, sangat memperbaiki asupan zat gizi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata benang raja diambil dari bahasa Indonesia yang berarti pelangi atau bianglala. Nama Restoran Benang Raja dipilih untuk menggambarkan atmosfer dan produk makanan dari Restoran Benang Raja yang berwarna-warni seperti pelangi. Restoran ini berkonsep Indonesia yang dikembangkan dengan interior modern bernuansa pelangi.

Restoran Benang Raja berlokasi di The Flavor Bliss, Alam Sutera. Menurut *Corporate Communications Assistant* The Flavor Bliss, Felina, The Flavor Bliss merupakan kawasan *dine & entertainment* seluas 1,8 hektar yang

mulai beroperasi pada bulan Agustus 2009. Kehadiran kawasan ini diawali dengan gagasan pengelola untuk menyediakan fasilitas bagi penghuni Alam Sutera untuk dapat menikmati suasana makan bersama keluarga yang nyaman. Setelah melalui riset dan pertimbangan yang matang oleh pihak manajemen, akhirnya diputuskan kawasan *dine & entertainment* ini berkonsep *Al fresco dining* atau mayoritas areanya adalah outdoor sehingga pengunjung dapat makan sambil menikmati suasana dan hiburan musik.

B. Tujuan Studi Kelayakan

1. Tujuan Utama

Penyusunan studi kelayakan yang berkiprah di industri pariwisata, khususnya bidang makanan dan minuman ini memiliki tujuan langsung yaitu:

- a. Menganalisa apakah rencana pendirian restoran Restoran Benang Raja layak dan dapat direalisasikan di kemudian hari.
- b. Memprediksi hambatan-hambatan atau kesuksesan yang akan dialami pada saat bisnis ini dijalankan melalui pemaparan aspek yang relevan terhadap proyek Restoran Benang Raja. Aspek-aspek tersebut antara lain seperti aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, aspek sosial-budaya, aspek sosial-ekonomi, aspek lingkungan, dan aspek keamanan.
- c. Menjabarkan analisa modal yang diperlukan serta jangka waktu pengembalian modal, sehingga penanam modal memiliki gambaran terhadap keberhasilan proyek ini.

2. Sub Tujuan

Adapun tujuan tidak langsung dari studi kelayakan ini adalah:

- a. Menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat daerah Tangerang dan sekitarnya.
- b. Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Tangerang. Dengan penggalan dan peningkatan pendapatan asli daerah diharapkan pemerintah daerah juga mampu meningkatkan kemampuannya dalam penyelenggaraan urusan daerah.

C. Metodologi

Pengertian metodologi menurut Sekaran & Bougie (2010: 18) adalah, pengkajian terhadap langkah-langkah dalam menggunakan metoda. Pengertian metodologi penelitian adalah pembahasan mengenai konsep teoritik berbagai metoda, kelebihan dan kelemahannya, yang dalam karya ilmiah dilanjutkan dengan pemilihan metoda yang digunakan.

Agar hasil dari Studi Kelayakan Bisnis akurat dan dapat dipercaya, maka dibutuhkan sejumlah data yang *valid* dan *reliable* sehingga dapat menjadi acuan yang baik. Metodologi pengumpulan data yang digunakan dalam studi kelayakan ini akan menggunakan dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 180), data primer merupakan data atau informasi yang langsung didapat dari sumber utama (*first hand*) yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan yang jelas mengenai penelitiannya.

a. Metode survei dengan kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 197), kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan yang disusun secara tertulis di mana para responden akan mencantumkan jawaban mereka yang biasanya paling mendekati alternatif yang tersedia.

- 1) Pengumpulan data akan menggunakan penyebaran kuesioner kepada masyarakat umum sesuai dengan segmentasi pasar dari Restoran Benang Raja. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai minat, kebutuhan, dan ekspektasi responden atas rencana pendirian Restoran Benang Raja dan data demografis para responden. Sehingga didapatkan data yang aktual untuk studi kelayakan bisnis ini.
- 2) Teknik yang digunakan adalah kuantitatif, non probabilitas *convenience sampling* (sampel kenyamanan), yaitu pengumpulan informasi dari anggota populasi yang tersedia untuk memberikan informasi. Sampel ini dipilih dengan pertimbangan kemudahan, dimana unsur populasi yang terpilih menjadi sampel sudah direncanakan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2010: 276).
- 3) Menurut Hair *et all* (2006: 196), untuk mendapatkan angka responden yang diperlukan, jumlah pertanyaan yang ada dikalikan dengan lima. Jumlah pertanyaan kuesioner adalah 50 butir, (50 pertanyaan dikalikan lima) maka didapat total sebesar 250 responden. Penyebaran kuesioner sebanyak 250 eksemplar dilakukan pada bulan Maret 2012. Penyebaran akan dilakukan kepada

mahasiswa-mahasiswa dan masyarakat umum di area Tangerang Selatan.

b. Wawancara

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 186), wawancara adalah:

A useful data collection method, especially during the exploratory stages of research. Interviewed may be instructed or structured, and conducted face to face, by telephone, or online.

Restoran Benang Raja melakukan wawancara terhadap Pemilik Nasi Uduk Kebon Kacang, wawancara terlampir.

c. Observasi langsung

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Sementara observasi langsung adalah observasi yang melibatkan peneliti atau observer secara langsung dalam kegiatan pengamatan di lapangan (Bungin, 2007: 115). Observasi dilakukan pada beberapa area wisata kuliner dan pusat perbelanjaan di Tangerang Selatan, sehingga dapat diketahui keadaan lokasi usaha, kelebihan atau kekurangan dari kompetitor yang sudah ada.

2. Data Sekunder

Sekaran & Bougie (2010: 184) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan informasi yang didapat oleh seseorang dari peneliti atau pihak lain. Jadi data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dan merupakan datapendukung bagi penelitian yang dilakukan. Data sekunder didapatkan melalui Badan Pusat Statistik, jurnal-jurnal, internet, artikel, buku referensi, surat kabar, majalah, dan perpustakaan.

- a. Data sekunder diperoleh untuk menambah keakuratan data yang telah dikumpulkan sehubungan dengan studi kelayakan bisnis Restoran Benang Raja. Data Sekunder diperoleh dari perpustakaan Universitas Pelita Harapan, Badan Pusat Statistik Kecamatan Tangerang Selatan, dan internet.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Beberapa definisi mengenai restoran menurut para ahli, yaitu:

- a. Suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil (Ninemeier dan Hayes, 2006: 11).
- b. Menurut Walker (2009: 202), restoran adalah:

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. Actually the word restaurant derives from the word restore.

Restoran merupakan tempat untuk bersantai bersama keluarga, teman, kolega, dan asosiasi bisnis untuk memulihkan kembali energi sebelum kembali beraktivitas. Kata restoran sebenarnya berasal dari kata *restore*, yang berarti memulihkan.

2. Mengenai Makanan

Merujuk kepada beberapa sumber, Kim *et al* (2009: 52) menyatakan bahwa, makanan adalah bagian inti dan substansial dari segala jenis liburan, bagian yang bahkan merupakan sepertiga dari pengeluaran seseorang ketika

bepergian. Menurut Kim *et al* (2009: 52) makanan adalah salah satu elemen yang paling penting dalam pemilihan tujuan dan pengambilan keputusan seseorang saat bepergian. Kim *et al* (2009: 54) menyatakan, keinginan untuk melakukan perjalanan, merasakan hidangan yang unik dan autentik menjadi salah satu paradigma terbesar dalam pariwisata industri. Menurut Dann & Jacobsen (2003: 3), makanan adalah:

Food is a tourist experience that adds beyond what tourists gain by visually gazing at the destination.

Makanan adalah pengalaman wisata seseorang (*tourist experience*) yang menambah pengalaman seseorang, lebih dari sekedar melihat-lihat pemandangan secara visual. Makanan bisa menjadi daya tarik wisata (Hjalager & Richards, 2002: 21). Makanan adalah daya tarik, komponen produk, sebuah pengalaman, dan merupakan fenomena budaya (Tikkanen, 2007: 721).

Dari pernyataan diatas, makanan tidak hanya sekedar sesuatu untuk dikonsumsi namun bisa menjadi wisata kuliner atau wisata makanan.

Dengan kata lain makanan dapat menjadi tujuan seseorang dalam bepergian (*tourist destination*). Fuchs & Weiermair (2003: 6) mendefinisikan *tourist destination* sebagai berikut:

Tourist destination is a tourist product and service providing a holistic experience and cultural background.

Melalui pernyataan tersebut, pendirian usaha restoran tidak hanya berhubungan dengan makanan sebagai zat yang terdiri dari karbohidrat, lemak, protein, dan air yang manusia butuhkan untuk tujuan gizi. Sebaliknya hal seperti keahlian memasak, warisan kuliner, keunikan, dan

keaslian, mampu menjaring konsumen kepada pariwisata makanan atau **wisata kuliner (*food culinary*)**, sehingga menunjukkan bahwa fokus utama Restoran Benang Raja bukan hanya makanan itu sendiri, tetapi juga keaslian dan keunikan produk yang diberikan yaitu nasi uduk sebagai warisan kuliner dan makanan asli bangsa Indonesia.

Menurut Hall and Mitchell (2005: 74), **wisata kuliner** adalah:

Food tourism is a visitation to primary and secondary food producers, food festivals, restaurants and specific locations for which food tasting and/or experiencing the attributes of specialist food production regions is the primary motivating factor for travel. (Hall and Mitchell (2005: 74)

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan hidup manusia yang modern peran restoran bukan hanya menjadi tempat untuk makan dan minum saja, tetapi menjadi tempat yang menawarkan keramahan, imajinasi, kepuasan, kesopanan dan kehangatan sehingga selain dapat memenuhi kebutuhan primer manusia, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang menyenangkan untuk tamu-tamunya. Oleh karena itu itu munculah bermacam-macam klasifikasi restoran dengan aneka cara penyajian untuk menyesuaikan kebutuhan dan gaya hidup manusia masa kini. Pembahasan mengenai klasifikasi dan cara penyajian restoran akan dijelaskan sebagai berikut.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut Chon dan Maier (2010: 212), secara umum restoran dapat di klasifikasikan menjadi beberapa kategori, antara lain:

a. *Fine Dining*

Jenis restoran ini memiliki tingkat penataan meja yang tinggi, perabotan makan dan minum yang lengkap, dekorasi serta makanan yang terlihat mahal. Biasanya tata meja dalam *fine dining*

restaurant menggunakan taplak meja berwarna dengan perlengkapan makan dan minum yang disesuaikan dengan menu yang tersedia. Karena hal itu, restoran ini juga sering disebut *white table cloth*. Restoran jenis ini ditujukan untuk orang-orang dengan perekonomian menengah ke atas karena restoran jenis ini menawarkan harga makanan yang relatif mahal. Contoh *fine dining restaurant* antara lain adalah Amuz Gourmet, Cassis, dan La Tour d Ebeya.

b. *Theme Restaurant*

Restoran jenis ini memberikan pengalaman dalam menikmati makanan dan minuman yang dihidangkan. Restoran ini menawarkan atmosfer yang elegan dengan tema tersendiri, tema tersebut biasanya bernuansa sebuah negara atau olahraga tertentu. *Theme restaurant* tidak menonjolkan kualitas makanan dan minumannya, melainkan lebih menonjolkan tema dan atmosfer restoran yang diharapkan dapat menarik perhatian tamu. Contoh *theme restaurant* antara lain adalah Marché, Nanny's Pavillon, The Royal Kitchen, dan Hard Rock Cafe.

c. *Casual Dinner Houses*

Restoran jenis ini memiliki target pasar dengan ekonomi menengah di mana pelanggan menghindari harga tinggi dan formalitas pada saat makan, seperti yang ditawarkan *fine dining restaurant*. Restoran ini memberikan suasana nyaman dan biasanya dipadukan dengan konsep dari *theme restaurant*. Contoh *casual dinner houses*

antara lain adalah Kenny Rogers Roaster, Pancious, The Cheesecake Factory, dan Sizzler.

d. *Ethnic Restaurant*

Restoran jenis ini menawarkan unsur etnik khusus kepada tamu melalui menu makanan dan minumannya. Biasanya restoran jenis ini dapat ditemui di lokasi-lokasi dimana orang budaya tertentu tinggal. Contoh restoran jenis etnik adalah Caza Suki, Kampung Daun, Al Jazeera, dan Ramen Hakata Ikkousha.

e. *Family Restaurant*

Restoran jenis ini memiliki menu yang dapat dinikmati oleh keluarga besar, yaitu anak-anak dan orang dewasa. Restoran keluarga ini tidak memiliki tema atau atmosfer tertentu dan tidak menyediakan alkohol. Contoh *family restaurant* antara lain adalah Ta Wan, Dapur Umum Ancol, Cahaya Lestari Mangga Besar, dan Nan Xiang.

f. *Grill/Buffer*

Restoran jenis ini merupakan restoran *steakhouse* yang menggunakan *buffer* sebagai pelayanannya. Konsep *buffer* menawarkan para tamu untuk mengambil jumlah makanan yang lebih banyak. Restoran ini dapat menekan biaya operasional, karena tamu mengambil makanan sendiri dan tidak membutuhkan pelayan. Contoh restoran dengan konsep *buffer* antara lain adalah Satoo Shangrila, Hanamasa, dan The Buffet.

g. *Quick Service*

Jenis restoran ini biasa disebut dengan *fast food*, dimana restoran ini menawarkan menu terbatas dengan harga yang relatif murah, dekorasi yang sederhana dan memiliki *counter* yang fungsinya untuk memesan dan mengambil makanan yang dipesan. Contoh *quick service restaurant* antara lain adalah KFC, McDonald's, Yoshinoya, dan Burger King.

h. *Neighborhood/Third Places*

Jenis tempat ini pertama kali diperkenalkan oleh Ray Oldenburg. Setiap orang memiliki *first place* yaitu tempat dimana seseorang tinggal, *second place* yaitu tempat dimana seseorang bekerja, dan *third place* dimana orang berkumpul untuk melakukan interaksi yang tidak formal di luar rumah dan tempat kerjanya. Restoran jenis ini memberikan alternatif untuk mengatasi tekanan kerja dan kesepian yang sering terjadi pada masyarakat di pinggiran kota. Contoh *third places* antara lain adalah *barber shop*, *gym*, dan bar.

i. *Coffee House*

Coffee House merupakan bisnis yang sedang berkembang. Restoran jenis ini biasanya memberikan kesan sebagai *third place* dimana tamu dapat berinteraksi, membaca buku atau koran sambil menikmati hidangan kopi. Contoh *coffee house* antara lain adalah Starbucks, Coffee Bean, dan Bengawan Solo.

j. *Catering*

Katering merupakan usaha yang melayani pemesanan makanan dan minuman dalam jumlah banyak untuk kegiatan acara pesta atau acara tertentu. Contoh *catering* antara lain adalah Puspa Catering, Akasya Catering, dan Gandrung.

4. Tipe Penyajian

Menurut Chon dan Maier (2010: 212), terdapat bermacam-macam tipe cara penyajian yang digunakan dalam industri makan dan minum. Tipe-tipe tersebut, antara lain:

a. *Table Service*

Table service memiliki cara penyajian mempersilahkan dan mengantar tamu ke meja oleh pelayan restoran. Makanan dan minuman dipesan oleh tamu di meja dibantu dengan pelayan, lalu makanan dan minuman yang dipesan diantarkan oleh pelayan ke meja tamu. Target pasar *table service* biasanya menengah ke atas. Contoh restoran dengan *table service* adalah Sushitei, Bakso Lapangan Tembak, Pancious, dan Pizza Hut.

b. *Buffet service*

Buffet service biasanya digunakan pada acara-acara perayaan spesial. Makanan dan minuman diambil di *buffet table*. Layanan ini biasanya digunakan pada acara resepsi pernikahan, keagamaan, atau acara ulang tahun. Contoh restoran dengan *buffet service* adalah Satoo Shangrila, Hanamansa, dan The Buffet.

c. *Banquet Table Service*

Jenis Layanan ini sangat mirip dengan *table service*, dimana pelayan membawakan makanan dan minuman ke meja tamu. Biasanya digunakan pada acara-acara besar. Jasa ini biasanya memiliki target pasar keluarga, bisnis, dan sosial. *Banquet table service* dapat ditemukan pada resepsi pernikahan yang diadakan di hotel-hotel berbintang seperti The Ritz Carlton Jakarta, Hotel Mulia, dan Hotel Kempinski.

d. *Cafeteria service*

Cafeteria service hampir mirip dengan *buffet service*, dimana tamu memilih sendiri makanan dan minuman mereka dan membawanya ke meja mereka. Perbedaan *cafeteria service* dengan *buffet service* adalah memiliki pelayan untuk membersihkan makanan dan minuman tamu dan memiliki *counter* makanan dan minuman yang permanen. Contoh restoran dengan *cafeteria service* adalah Hoka Hoka Bento dan Subway.

e. *Family style service*

Layanan ini biasanya digunakan untuk jamuan makan, cara penyajiannya seperti cara jamuan makan malam keluarga tradisional yaitu makanan disajikan di piring-piring dan tamu mengambil makanan tersebut dari meja. Contoh restoran dengan *family style service* adalah Eastern, Rice Bowl, dan South Beauty.

f. *Room Service*

Room service biasanya terdapat di hotel, dimana tamu dapat memesan makanan dan minuman, lalu diantarkan ke kamar. Biasanya *room service* tersedia 24 jam penuh di hotel-hotel tertentu.

g. *Quick Counter Service*

Biasanya target pasar dari *quick counter service* adalah kalangan menengah kebawah dan menawarkan makanan cepat saji. Layanan yang ditawarkan adalah tamu berdiri di *counter* untuk memesan, membayar dan membawa makanan dan minumannya ke meja masing-masing. Contoh restoran dengan *quick counter service* adalah McDonald's, Yoshinoya, dan Burger King.

h. *Take-out Service*

Layanan ini biasanya digunakan oleh restoran-restoran yang memiliki *table service*, dimana para pelanggan dapat memesan makanan dan minuman untuk dibawa pulang ke rumah. Contoh restoran yang memiliki layanan ini antara lain adalah Pizza Hut, Tekko, dan Kopitiam.

i. *Delivery Service*

Jasa ini memungkinkan konsumen untuk memesan makanan dari rumah via telepon dan restoran akan mengirimkan makanan yang dipesan dengan jasa kurir. Jenis layanan ini dapat ditemukan antara lain di McDonald's, Hoka Hoka Bento, KFC, dan Domino's Pizza.

j. *Carhop Shop*

Carhop service dapat disebut juga dengan *drive-in*. Pada tahun 1940-an dan 1950-an jasa ini sangat populer di California Selatan. Pelanggan memasuki tempat parkir dan memesan makanan serta minuman pada interkom atau *carhop*, lalu *carhop* akan memberikan pesanan dan pelanggan dapat membayar pesannya pada *carhop*. Jenis layanan ini dapat ditemukan antara lain di McDonald's dan Starbucks.

k. *Drive-thru Service*

Jasa ini mirip dengan *carhop* tetapi sudah diperbaharui, di mana pelanggan yang berkendara dapat memesan makanannya pada sebuah mikrofon, kemudian mengambil dan membayar pesannya pada sebuah jendela yang disediakan. Jenis layanan ini dapat ditemukan antara lain di McDonald's, Starbucks dan Domino's Pizza.

Perkembangan jenis restoran dengan variasi layanan juga diiringi dengan perkembangan jenis menu sesuai dengan tema dan konsep restoran.

Penjabaran mengenai jenis-jenis menu, akan dijelaskan sebagai berikut.

5. Jenis Menu

Menurut Walker (2009: 213), menu merupakan salah satu hal terpenting dalam kesuksesan sebuah restoran. Menu harus sesuai dengan konsep restoran, dan konsep restoran sesuai berdasarkan *target market* yang ingin diraih. Jenis menu berdasarkan operasional restoran dibagi menjadi enam jenis, yaitu:

a. *A la carte menus*

A la carte menus adalah menu yang menawarkan harga yang berbeda-beda pada setiap makanan. Contoh restoran yang menggunakan menu *A la carte* antara lain adalah Sushitei, Union, dan Solaria.

b. *Table d'hote menus*

Menawarkan set menu berupa *appetizer, soup, main course, dan desert* dengan harga yang sudah ditentukan dan dikelompokkan dengan satu harga tetap. Jenis menu ini biasanya dapat ditemukan di *fine dining restaurants* seperti Amuz Gourmet, Cassis, dan La Tour d Ebeya.

c. *Du jour menus*

Du jour menus adalah menu yang berubah-ubah hampir setiap hari. Biasanya menu akan ditulis pada sebuah papan tulis dengan ragam pilihan jenis makanan yang berbeda-beda. Menu ini dikenal dengan "*menu of the day*". Jenis restoran yang memiliki menu ini antara lain adalah Sunny Side Up, Potato Head, dan Subway.

d. *Cyclical menus*

Menu ini memiliki perubahan pada jenis makanan sesuai waktu yang ditentukan untuk mencegah kebosanan pada tamu. Biasanya menu diganti setiap enam bulan sekali. Jenis restoran yang memiliki menu ini antara lain adalah Pizza Hut.

Menurut McVety, Ware, dan Ware (2008: 135), ada beberapa hal penting dalam menu yang harus diperhatikan, antara lain:

a. *Paper*

Kertas yang digunakan untuk membuat menu harus diperhatikan dengan baik, karena dalam operasional restoran menu merupakan alat yang digunakan setiap. Agar menu sebuah restoran tidak cepat rusak, restoran harus memperhatikan beberapa hal seperti, segi ketebalan, tekstur, dan warna.

b. *Print*

Menu yang baik dicetak dengan tulisan yang mudah dibaca oleh tamu. Beberapa tipe tulisan yang biasa digunakan antara lain, *Roman type*, *modern type*, dan *script type*. *Modern type* adalah tulisan yang banyak digunakan pada masa sekarang.

c. *Color*

Warna kertas yang digunakan, penulisan, serta desain menu harus serasi sehingga memiliki unsur estetika.

d. *Balance*

Keseimbangan menu dapat dilihat dari jumlah menu yang ditawarkan, jumlah tersebut harus sesuai dengan konsep restoran.

e. *Variety*

Variasi menu dapat dilihat dari beberapa kategori seperti, temperatur makanan, teknik mengolah makanan, dan sebagainya.

f. *Truth-in-menu*

Setiap *item* menu harus memiliki deskripsi yang benar dan jelas sehingga pelanggan memiliki gambaran tentang makanan atau minuman

yang akan dipesan. Penjelasan sebuah menu hendaknya tidak menipu pelanggan.

g. *Menu Labeling*

Menu labeling adalah pemberian informasi bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam sebuah makanan atau minuman pada menu. Label ini berfungsi untuk memberikan informasi terutama kepada beberapa orang yang memiliki alergi terhadap suatu jenis makanan.

h. *Listing of Items*

Listing of menu digunakan untuk memberikan tempat yang tepat untuk masing-masing menu pada buku tamu. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan laba yang peroleh dapat dari menu tersebut atau menu favorit tamu, dan sebagainya.

Restoran Benang Raja memiliki jenis menu *A la carte* dalam bentuk album yang dilengkapi dengan deskripsi pada setiap jenis makanan agar konsumen mengetahui kandungan makanan yang ingin dipesan.

6. Definisi Nasi Uduk

Nasi uduk secara harfiah berarti “nasi campur”. Nama nasi uduk menggambarkan persiapan hidangan itu sendiri yang memerlukan bahan lebih banyak dari sekedar memasak nasi putih biasa dan juga variasi lauk beragam untuk menyantap nasi uduk. Nasi uduk dimasak dengan cara mengukus beras dalam santan, cengkeh, daun salam, dan serai. Nasi uduk biasanya disajikan dengan berbagai macam lauk seperti telur (telur dadar, telur balado, atau telur iris), empal, ayam goreng, teri kacang, bihun goreng, tempe goreng, perkedel, emping atau kerupuk, dan bawang goreng yang

ditaburkan di atas nasi. Selain itu, sambal juga biasanya disajikan untuk menyantap nasi uduk. Jenis sambal bisa bermacam-macam seperti sambal kacang, sambal terasi, sambal kecap, atau sambal hijau. (Hulupi, 2003: 8)

7. Aplikasi Konsep Pada Usaha

Restoran Benang Raja adalah sebuah restoran berjenis *casual dinner houses* dan *family restaurant* dimana target pasar dari Restoran Benang Raja adalah individu atau keluarga dengan ekonomi menengah ke atas. Restoran yang berlokasi di Alam Sutera ini menawarkan layanan *table service* dengan *a la carte* menu yang variatif.

