

# BAB I

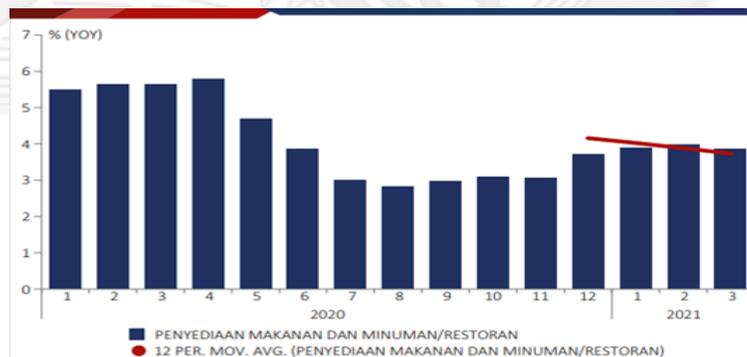
## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Pada masa sekarang ini, *covid-19* memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap Indonesia dalam segala aspek, khususnya di bidang ekonomi (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020). Hal ini menjadi tantangan yang cukup berat bagi masyarakat maupun pemerintah. Kebiasaan-kebiasaan maupun perilaku masyarakat telah berubah. Indonesia telah memasuki era baru (*new normal*) dimana mewajibkan penerapan protokol kesehatan dengan ketat untuk mencegah penyebaran virus. Beberapa aturan telah ditetapkan seperti pembatasan sosial, beberapa kegiatan yang dilakukan secara *online*, wajib menggunakan masker, pengurangan jam operasional, dan lain sebagainya. Hal tersebut mempengaruhi segala aspek, salah satunya pada bidang restoran.

GAMBAR 1

Pergerakan Inflasi Kelompok Penyediaan Makanan dan Minuman/Restoran Provinsi Jawa Barat



Sumber: Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat (2021)

Berdasarkan data pada gambar 1, dapat dilihat bahwa grafik inflasi kelompok penyediaan makanan dan minuman/restoran pada provinsi Jawa Barat tidak konstan,

tetapi terjadi pergerakan. Jika dibandingkan triwulan IV 2020 dengan triwulan I 2021 terjadi kenaikan sebesar 3,70 % (yoy) (Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, 2021).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (r) Angka Revisi (2021), Produk Domestik Regional Bruto Jawa Barat menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum pada kuartal II tahun 2020 sebesar -22,63 % dan pada kuartal I tahun 2021 sebesar -5,29 %. Jika dibandingkan antara kedua data tersebut, terjadi peningkatan yang cukup besar dari tahun sebelumnya. Hal ini juga didukung dengan adanya pertumbuhan usaha tersebut di Jawa Barat pada saat ini. Kota Bandung merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang mengalami peningkatan indeks harga konsumen.

**TABEL 1**

Produk Domestik Bruto Regional Menurut Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum Kota Bandung, 2018-2020

Lapangan Usaha	2018	2019	2020
Penyediaan akomodasi dan makan minum	9.483.982,50	9.889.467,20	8.084.902,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2021)

Dapat dilihat pada tabel 1, Produk Domestik Regional Bruto menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum Kota Bandung mengalami penurunan pada tahun 2019 sampai 2020. Namun, dengan dimulainya kegiatan masyarakat pada fase *new normal* yang ditandai dengan dibukanya kembali restoran dimana dapat membantu pemulihan pada penyediaan akomodasi dan makan minum. Perubahan jam dan layanan operasional mengakibatkan permintaan masyarakat cukup terkendali (Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, 2021). Selain

itu, terjadi pertumbuhan indeks harga konsumen dari tahun 2020 ke 2021 di Kota Bandung (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat ( r) Angka Revisi, 2021). Hal ini dapat dijadikan peluang dalam membuka usaha restoran di kota Bandung. Menurut Ketua Harian Asosiasi Kafe dan Restoran (AKAR) Jawa Barat, Gan Bondillie yang dikutip dari kliknusae.com, terjadi peningkatan pengunjung sebesar 15-20 % pada kafe, restoran, dan rumah makan di Kota Bandung.

Dengan memasuki fase *new normal* terjadi perubahan gaya hidup pada masyarakat dalam mengunjungi sebuah restoran dimana wajib menerapkan protokol kesehatan. Gaya hidup atau *lifestyle* mempengaruhi aktivitas, sikap, metode konsumsi, maupun nilai seseorang (Kahle, 2019). Setiap generasi memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), pada saat ini terdapat 6 (enam) generasi di Indonesia yaitu *Pre-Boomer* ( $\leq 1945$ ), *Baby boomer* (1946-1964), *Gen X* (1965-1980), *Milenial* (1981-1996), *Gen Z* (1997-2012), *Post Gen Z* ( $\geq 2013$ ).

**TABEL 2**

Persentase Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Generasi Tahun 2020

Generasi	Jumlah (%)
Gen Z	27,94
Milenial	25,87
Gen X	21,88
Baby Boomer	11,56
Post Gen Z	10,88
Pre-Boomer	1,87

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan data pada tabel 2, generasi milenial dan gen z merupakan generasi dengan jumlah populasi terbanyak di Indonesia yaitu 25,87% dan 27,94%

dari jumlah penduduk di Indonesia. Indonesia didominasi dengan generasi gen Z dan milenial dengan gaya hidup yang berbeda dengan generasi lainnya. Dikutip dari (Situmorang et al., 2021), generasi Z menyukai hal-hal yang praktis seperti membeli makanan diluar atau di restoran dibandingkan harus menyiapkan makanan mereka sendiri. Menurut Apresley (2010), generasi milenial relatif lebih menyukai makan diluar dibandingkan dengan generasi lainnya. Generasi milenial lebih menyukai makan diluar karena lebih menghemat waktu, menu di restoran lebih bervariasi, dan biaya yang dikeluarkan lebih kecil (Ramlawati et al., 2019).

Makanan nusantara memiliki variasi yang sangat banyak, mulai dari jenis makanan, minuman, dan lain sebagainya. Masakan Indonesia merupakan salah satu kekayaan budaya yang dimiliki nusantara (Rachman, 2020). Rata-rata masyarakat indonesia sangat masakan rumah nusantara, selain itu dapat dinikmati oleh segala kalangan dan usia (Nabila, 2020). Makanan dan minuman nusantara sudah tidak asing lagi bagi masyarakat indonesia, karena ini merupakan makanan rumahan yang menimbulkan rasa hangat dan nyaman (Saprianoor, 2021). Pada umumnya terdapat beberapa makanan nusantara yang terdapat di restoran seperti, nasi goreng, ayam goreng, soto dan lain sebagainya. Cita rasa merupakan hal yang penting, terdapat 2 aspek yang mempengaruhi cita rasa makanan yaitu penampilan dan rasa makanan (Nurleyni, 2020). Maka dari itu, sebuah restoran harus mempertahankan rasa makanan yang berkualitas dan penampilan makanan yang menarik.

Ketika konsumen datang ke sebuah restoran, mereka tidak hanya

mempertimbangkan kualitas dari makanan tersebut tetapi kualitas layanan yang baik (Putro, 2014). Menurut M. Khan dan Khan (2019), inovasi layanan adalah pengenalan dan aplikasi dalam suatu peran, kelompok, atau ide organisasi, proses, prosedur, atau produk yang terkait dengan layanan, yang dirancang secara signifikan untuk menguntungkan individu, kelompok, organisasi, atau wilayah dengan mempertimbangkan karakteristik yang berbeda dari layanan dan kepuasan konsumen. Pelayanan akan mengalami perubahan dengan adanya kemajuan teknologi dan penyedia layanan harus mempertimbangkan hal tersebut serta memanfaatkannya dalam memberikan layanan yang efisien (Su, 2011).

Penerapan teknologi dalam operasional restoran merupakan bentuk penyesuaian terhadap keadaan sekarang ini, seperti menggunakan mesin atau robot melakukan layanan dan sebagian operasional besar (Lee, 2018). Hal ini dapat mengurangi interaksi langsung antara pelanggan dengan penyedia layanan. Teknologi yang dapat digunakan dalam menjalankan operasional restoran adalah pintu otomatis, menggunakan *e-menu*, pembayaran melalui *e-wallet* ataupun *debit card* (Gursoy et al., 2020). Selain itu, pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi dan menggunakan *self ordering kiosk machine* jika diperlukan. Penggunaan teknologi digital ini dapat membantu mencegah penyebaran virus *covid-19*, mengurangi kontak fisik, dan juga mempermudah konsumen maupun operasional restoran.

Menurut Bank Indonesia (2021), pertumbuhan transaksi dengan menggunakan *digital banking* mengalami peningkatan, termasuk transaksi menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*. Pada bulan April tahun 2021, terjadi

pertumbuhan volume transaksi *digital banking* sebesar 60,27 % (yoy) dengan pertumbuhan nilai transaksi *digital banking* sebesar 46,36 % (yoy). Dapat dilihat bahwa pada sekarang ini, *digital banking* sebagai salah satu alat pembayaran dalam melakukan transaksi. Tidak hanya membantu dalam pencegahan penyebaran *covid-19*, tetapi mempermudah konsumen serta waktu dalam melakukan transaksi lebih efisien.

Selain inovasi layanan melalui teknologi, penerapan konsep *sustainable* pada restoran merupakan hal yang penting. Penerapan restoran yang berkelanjutan merupakan praktik yang secara signifikan mempengaruhi lingkungan seperti pengurangan limbah, dan emisi karbon dari konsumsi makanan (Kim and Hall, 2020). Pengurangan sampah saat ini menjadi fokus utama dalam sektor restoran karena kekhawatiran akan pembuangan makanan yang dapat dimakan dan dampak lingkungan dari plastik serta keterkaitan antara limbah dan emisi karbon (Pirani and Arafat, 2016). Pengurangan jumlah limbah makanan pada restoran merupakan solusi yang baik untuk restoran dengan mengurangi dampak lingkungan tanpa mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen (Kallbekken and Saelen, 2013). Restoran dapat meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dengan cara mengurangi penggunaan plastik, menggunakan bahan daur ulang, pengaturan cahaya dan lain sebagainya (Wijaya, 2019).

Penerapan konsep *sustainable* pada restoran dapat didukung dengan lokasi yang cocok, lokasi yang dipilih adalah Ciumbuleuit, Bandung. Daerah Ciumbuleuit juga memiliki udara yang sejuk dan pencahayaan yang baik. Lokasi tersebut merupakan daerah yang strategis dimana berdekatan dengan tempat wisata,

universitas, hotel, rumah sakit, dan pusat perbelanjaan. Kota Bandung merupakan kota wisata kuliner dengan jumlah restoran dan kafe yang banyak (Utami, 2015).

Puklat House merupakan nama yang sudah ditentukan oleh penulis untuk restoran yang akan didirikan. Puklat berasal dari kata putih dan coklat, sedangkan house berasal dari Bahasa Inggris dengan arti rumah. Puklat House merupakan restoran yang menawarkan makanan nusantara dengan penampilan moderen. Konsep dari Puklat House adalah *homey* dengan desain *modern rustic scandinavian* untuk eksterior dan interior restoran dan desain tersebut akan didominasi oleh warna putih dan coklat. Restoran juga menerapkan aspek-aspek *sustainable* untuk mencegah dampak negatif dari lingkungan serta ikut serta dalam pemeliharaan lingkungan. Restoran menawarkan layanan *delivery* dan *take away*, serta menggunakan teknologi digital dalam metode pembayaran, daftar menu, dan lain sebagainya untuk membantu mencegah penyebaran virus *covid 19*.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis aspek-aspek yang ada untuk mengukur layak atau tidaknya bisnis Puklat House dijalankan. Tujuan ini terbagi menjadi dua kelompok, yaitu:

### 1. Tujuan utama (*Major Objective*)

Mencakup beberapa aspek penting studi kelayakan bisnis dalam perencanaan mendirikan bisnis, yaitu:

#### a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Menganalisis permintaan pasar dan pesaing melalui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis.
- 2) Memastikan bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, cara promosi yang tepat, sumber daya manusia, proses, dan penataan secara fisik dalam bisnis.
- 3) Menganalisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* bisnis dalam pasar.

b. Aspek Operasional

- 1) Memastikan kebutuhan dan fasilitas yang efisien dalam menjalankan bisnis.
- 2) Memastikan proses produksi dan kualitas produk yang sesuai dengan permintaan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

- 1) Menganalisis struktur organisasi yang tepat.
- 2) Menganalisis pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia.

d. Aspek Keuangan

- 1) Memastikan sumber dana dan kebutuhan dana untuk menjalankan bisnis.
- 2) Menganalisis jangka waktu pengembalian dana dan perolehan keuntungan yang akan diperoleh.

Dengan melakukan analisis aspek-aspek di atas, diharapkan pengusaha dapat memperoleh keuntungan dan bisnisnya dapat bertahan lama, mempermudah untuk

mengambil keputusan dalam menjalankan bisnis. Selain itu, untuk mengurangi risiko kerugian yang besar dalam bisnis, mempermudah perencanaan, mempermudah pelaksanaan pekerjaan, mempermudah pengendalian, dan menghemat waktu, biaya, maupun tenaga.

## 2. Sub Tujuan (*Minor Objective*)

Mencakup beberapa tujuan lain dalam studi kelayakan bisnis, yaitu:

- a. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
- b. Membantu pergerakan ekonomi Indonesia di masa pandemi.
- c. Mendorong masyarakat untuk lebih banyak mengonsumsi makanan nusantara.
- d. Menciptakan produk-produk lokal pada sektor penyediaan makanan dan minuman di Kota Bandung.

## C. Metodologi Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2020), penelitian adalah suatu cara untuk mencari informasi sebuah masalah secara spesifik agar mendapatkan jawaban dari permasalahan tersebut. Dalam studi kelayakan bisnis dibutuhkan data-data yang valid, reliabel, dan objektif untuk menjawab permasalahan tersebut. Penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu, data primer dan data sekunder:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data berupa informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti pada variabel minat untuk tujuan khusus penelitian. Data primer dapat diperoleh

melalui wawancara maupun kuesioner yang disebarakan kepada individu yang memiliki kaitan dengan studi kelayakan bisnis (Sekaran dan Bougie, 2020). Berikut instrumen yang dilakukan peneliti dalam memperoleh data primer pada studi kelayakan bisnis Puklat House, yaitu:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah susunan kumpulan pertanyaan secara terstruktur dimana jawaban dari responden tersebut akan dicatat untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Sekaran dan Bougie, 2020).

1) Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2020), populasi merupakan keseluruhan kelompok dari suatu hal sebagai objek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Dalam studi kelayakan bisnis Puklat House menetapkan masyarakat yang berdomisili di Kota Bandung dan diluar Kota Bandung sebagai populasi karena bisnis akan berlokasi di daerah Kota Bandung di segala usia dan kalangan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2020), sampel adalah bagian dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan adalah masyarakat yang berada di sekitar kecamatan Bandung seperti Bandung Barat, Bandung Utara, Bandung Tengah, Bandung Timur, dan Bandung Selatan.

Dalam pengambilan sampel, Puklat House menggunakan cara *Nonprobability sampling* dengan metode *Convenience Sampling*.

*Nonprobability sampling* merupakan teknik yang digunakan dalam pemilihan sampel dimana pengetahuan peneliti sebagai dasar dari penelitian dan jumlah populasi yang tidak pasti (Sekaran dan Boungie, 2020). Menurut Sekaran dan Boungie (2020), *Convenience Sampling* merupakan metode dengan menggunakan responden secara acak yang memungkinkan peneliti lebih mudah dan cepat untuk memperoleh data yang diinginkan.

b. Observasi

Observasi merupakan sebuah proses mengamati, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi subjek (perilaku, tindakan atau peristiwa) yang dilakukan secara langsung oleh peneliti (Sekaran dan Boungie, 2016). Dalam studi kelayakan bisnis Puklat House melakukan *nonparticipant observation* dimana peneliti tidak terlibat langsung, tetapi tetap mengamati subjek tersebut. Peneliti mengamati perilaku konsumen seperti, rata-rata waktu yang dihabiskan, kegiatan yang dilakukan, dan dengan siapa mereka datang saat mengunjungi sebuah restoran.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Boungie (2020), data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung dari narasumber melainkan dari data yang sudah tersedia dengan waktu singkat dan peneliti dapat menggunakan data tersebut untuk melakukan studi dengan tujuan yang berbeda. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari studi pustaka buku,

jurnal, *websites*, Badan Pusat Statistik, dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

a. Jenis dan Sumber Data Sekunder

Dalam Studi Kelayakan Bisnis Puklat House menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk mengolah data yang didapat yaitu berupa angka. Sumber data sekunder akan diperoleh melalui berbagai sumber seperti studi pustaka buku, badan pusat statisik, artikel, jurnal dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

## **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

### 1. Pengertian Restoran

Menurut Walker (2019), restoran adalah sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan, dimana pelanggan dapat merasakan pelayanan tersebut. Restoran juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat sebagai tempat untuk bersosialisasi dan menikmati makanan maupun minuman (Walker, 2017).

### 2. *Sustainable Design*

Menurut Wijaya (2019), *sustainable design* memiliki tujuan untuk menghilangkan dampak negatif terhadap lingkungan secara menyeluruh melalui pendekatan desain dengan menggunakan bahan-bahan yang alami. Beberapa aspek yang terdapat pada *sustainable design*:

a. *Low-Impact Material*

Menggunakan bahan yang tidak berbahaya dan proses pembuatan dilakukan secara ramah lingkungan.

b. Efisiensi Energi

Tidak membutuhkan energi yang besar dalam proses pembuatannya.

c. Kualitas dan Daya Tahan

Produk memiliki jangka waktu panjang, sehingga dapat mengurangi biaya perawatan atau penggantian produk.

d. *Reuse and Recycle*

Mempertimbangkan pemanfaatan produk setelah masa pakai berakhir.

e. *Renewability*

Menggunakan bahan lokal dan dapat diperbaharui.

f. Aman

Produk yang digunakan tidak membahayakan lingkungan maupun penggunaannya.

3. Sejarah Restoran

Menurut Walker (2017), sejarah restoran dimulai pada tahun 1789-1799 terjadi revolusi Perancis dimana hal tersebut mengubah jalannya sejarah kuliner, ini menjadi awal mula dari sejarah restoran. M. Boulanger merupakan tokoh penting dan memiliki julukan “Bapak dari restoran *modern*”. Saat itu ia menjual sup di tokonya yang berada di Rue Bailleul dan sup tersebut diberi nama *soups restaurantes*, dari situlah muncul istilah ‘restoran’. Pada tahun 1856 restoran mulai berkembang di benua Eropa dan

pada tahun 1898 mulai munculnya restoran hotel. Manajer Hotel Savoy yang bernama César Ritz dan kokinya yang bernama Auguste Escoffier merevolusionerkan restoran hotel. Pada tahun 1921, berdirilah sebuah restoran bernama Hamburger White Castel yang didirikan oleh Walter Anderson dan Billy Ingraham. *Amerika The Four Seasons* merupakan restoran dengan konsep restoran Amerika yang berdiri pada Tahun 1969, dimana mulai meninggalkan konsep pelayanan restoran Prancis. Hotel, motel, makanan cepat saji, dan kedai kopi semakin berkembang pesat setelah perang 17 dunia kedua.

#### 4. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2019), restoran diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, antara lain:

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

##### *1) Independent Restaurant*

*Independent Restaurant* merupakan restoran yang dimiliki oleh satu orang atau lebih dan dikelola secara pribadi, dimana konsep, menu, dan dekorasi dari restoran tersebut dapat ditentukan secara langsung sesuai dengan keinginan pemilik.

##### *2) Chain Restaurant*

*Chain Restaurant* merupakan sebuah kelompok restoran dimana memiliki pasar, konsep, desain, pelayanan, menu, dan nama yang sama di lokasi yang berbeda.

*b. Pop Up Restaurant*

*Pop Up Restaurant* merupakan restoran dengan bentuk tenda atau *booth* yang biasanya ditemui pada sebuah festival atau *event* dan para pelanggan diwajibkan membeli tiket masuk sebelum menghadiri *Pop Up Restaurant* tersebut.

*c. Food Truck*

*Food Truck* merupakan restoran dimana seluruh kegiatan operasional dilakukan di dalam sebuah kendaraan sehingga restoran dapat bergerak kemanapun tanpa mengeluarkan biaya yang besar untuk menyewa sebuah tempat untuk mendirikan restoran.

*d. Quick service*

*Quick service* merupakan restoran yang menyajikan makanan dengan waktu yang singkat dan harga yang terjangkau, dimana bahan-bahan makanan telah diolah menjadi setengah jadi.

*e. Quick casual*

*Quick casual* merupakan restoran yang menyajikan makanan dengan bahan-bahan yang berkualitas, harga yang terjangkau, dan menerapkan layanan *self-service*.

*f. Steak House*

*Steak House* merupakan restoran yang memiliki spesialisasi makanan *steak* dengan berbagai macam jenis saus, jenis daging, dan tingkat kematangannya.

*g. Seafood Restaurant*

*Seafood Restaurant* merupakan restoran yang memiliki spesialisasi makanan yang mengandung hewan laut dan pelanggan dapat memilih bahan makanannya secara langsung untuk dimasak.

*h. Ethnic Restaurant*

*Ethnic Restaurant* merupakan restoran yang menyajikan makanan khas dengan memberikan suasana suatu daerah tertentu.

*i. Theme Restaurant*

*Theme Restaurant* merupakan restoran yang memiliki keunikan atau ciri khas sendiri dengan mengusung sebuah konsep tertentu yang diterapkan ke dalam seluruh aspek restoran seperti menu, dekorasi, seragam, dan lain sebagainya.

*j. Family Dining*

*Family Dining* merupakan restoran yang menyajikan makanan dengan porsi besar yang dapat dibagikan kepada beberapa orang atau anggota keluarga, meja dan kursi yang disediakan memiliki kapasitas yang cukup besar.

*k. Casual Dining*

*Casual Dining* merupakan salah satu jenis restoran yang cepat berkembang di masyarakat karena menyajikan menu sederhana dan harga yang cukup terjangkau.

*l. Fine Dining*

*Fine Dining* merupakan restoran dengan suasana elegan dan mewah, harga makanan di restoran ini cukup mahal karena makanan yang

ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi.

*m. Coffee or Tea Shop*

*Coffee or Tea Shop* merupakan restoran yang menyajikan kopi atau teh sebagai menu utama dan memiliki banyak variasi jenis kopi atau teh.

*n. Chef-Owned Restaurant*

*Chef-Owned Restaurant* merupakan restoran yang didesain sesuai dengan keinginan pemilik restoran mulai dari menu, tata letak dan lain sebagainya.

*o. Celebrity Restaurant*

*Celebrity Restaurant* merupakan restoran yang dimiliki oleh seorang selebriti atau orang yang cukup terkenal dan memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat popularitas restoran tersebut.

## 5. Jenis-jenis Layanan Restoran

Sebuah restoran harus memiliki pelayanan yang baik selain dari produk yang mereka tawarkan. Ada beberapa jenis yang diterapkan pada restoran (Walker, 2019), antara lain:

*a. Table Service*

Jenis pelayanan restoran dimana *waiter/waitress* yang akan datang kepada pelanggan untuk melayani, jadi pelanggan hanya perlu duduk di meja.

*b. Counter Service*

Jenis pelayanan restoran dimana pelanggan dilayani langsung oleh koki yang memasak di hadapan pelanggan.

*c. Self Service*

Sistem pelayanan restoran dimana para pelanggan bisa memilih dan memesan langsung makanan di *counter*, lalu membawa makanan tersebut sendiri ke mejanya.

*d. Buffet*

Sistem pelayanan restoran dimana makanan sudah tersedia di meja *buffet* dan pelanggan dapat mengambil makanan sepuasnya sesuai dengan keinginannya.

*e. The Carousel*

Sistem pelayanan restoran dimana pelanggan dapat memilih dan mengambil makanan yang berada pada rantai yang berjalan sesuai dengan keinginannya.

*f. Vending*

Sistem pelayanan dengan menggunakan mesin yang bernama *vending machine*, dimana para pelanggan dapat menekan tombol sesuai dengan makanan atau minuman yang diinginkan dan setelah ditekan tombolnya makanan atau minuman akan keluar secara otomatis.

*g. The Carvery*

Sistem pelayanan dimana para pelanggan akan mengambil bahan makanan sesuai dengan keinginannya, lalu koki akan menyajikan makanan sesuai dengan bahan makanan tersebut.

#### *h. The Traditional Cafeteria*

Sistem pelayanan dimana para pelanggan mengambil peralatan makan dan *tray* yang sudah disediakan di ujung antrian, lalu memesan makanan dan akan langsung disajikan di atas *tray* oleh pelayan.

#### *i. Take Away Service*

Sistem pelayanan dimana sebuah restoran memberikan opsi kepada pelanggan untuk membawa pulang makanan tersebut dan biasanya restoran tersebut memilih menu yang terbatas dan cepat saji.

#### *j. Drive Thru Service*

Sistem pelayanan dimana para pelanggan dapat memesan makanan melalui mobil tanpa perlu turun ke restoran, biasanya pemesanan makanan melalui jendela restoran yang sudah disediakan khusus untuk *drive thru* dan pelayan akan menyiapkan lalu memberikan makanan tersebut kepada pelanggan melalui jendela mobil.

### 6. Jenis-jenis Menu

Menu adalah daftar makanan maupun minuman yang dapat dibeli atau untuk disajikan kepada pelanggan. Berdasarkan cara penyajian kepada pelanggan, menu diklasifikasikan menjadi beberapa jenis (Walker, 2019), yaitu:

#### *a. A la Carte Menu*

Menu jenis ini terdiri dari berbagai hidangan yang ditawarkan dan di setiap menu hidangan telah tercantum harga dari masing-masing

hidangan.

*b. Du Jour Menu*

Menu ini bergantung pada bahan yang dimiliki oleh juru masak dan akan berganti setiap harinya.

*c. Cycle Menu*

Menu ini selalu mengalami perputaran yang pasti dan berulang, dimana restoran akan menyajikan makanan maupun minuman sesuai dengan periode waktu yang telah ditentukan.

*d. Prix Fixe/Table D'hote Menu*

Menu ini biasanya menyajikan menu yang sudah ditentukan (satu paket), biasanya terdiri dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup yang akan disajikan secara berurutan dengan jeda waktu tertentu.

*e. Semi A la Carte Menu*

Jenis menu ini menjadikan hidangan utama dan hidangan pendamping menjadi satu paket dengan satu harga, tetapi hidangan pembuka dan minuman dijual secara terpisah. Menu ini merupakan gabungan dari *A la Carte Menu* dan *Table D'hote Menu*.

## 7. Aplikasi Konsep Teoritikal

Puklat House merupakan sebuah *casual dining restaurant* karena menawarkan menu yang sederhana dengan harga terjangkau dengan suasana santai dan ramah. Konsep yang diterapkan pada restoran adalah *homey* dengan desain *modern rustic scandinavian*. Desain *scandinavian*

merupakan desain minimalis dengan warna-warna netral dan mengandung unsur-unsur kayu. Desain restoran akan didominasi warna putih dan coklat serta didukung dengan suasana dan iklim alam di lokasi didirikannya restoran. Suasana yang diberikan seperti sedang berada di rumah yang akan dituangkan ke dalam menu, interior, eksterior pada restoran. Puklat House akan menyajikan *A la Carte Menu*, dimana menu sudah tertera harga dari masing-masing makanan maupun minuman dan berbentuk *e-menu*. Puklat House menyediakan menu nusantara seperti nasi goreng, orek tempe, soto bandung, sop buntut sapi, ayam goreng, teh manis, kopi, es cendol, dan lain sebagainya.

Restoran tetap menyesuaikan dengan keadaan dan menggunakan teknologi saat ini. Sistem pelayanan yang diterapkan pada Puklat House adalah *Table Service*. Para pelanggan akan memesan makanan dan minuman dengan menggunakan tablet yang akan diberikan oleh pelayan, lalu para *waiter/waitress* yang akan datang untuk mengantarkan makanan yang telah dipesan. Restoran menyediakan metode pembayaran melalui *debit/credit card* maupun secara digital seperti *e-wallet* dan *QRIS*.

Selain penerapan teknologi, restoran juga menerapkan *sustainable design* pada aspek *low impact material* dengan menggunakan bahan-bahan yang berbahan kertas seperti sedotan kertas, sendok dan garpu yang terbuat dari kertas dan lain sebagainya. Lalu, menggunakan energi secara efisien dengan memanfaatkan cahaya matahari langsung

karena Puklat House dikelilingi oleh kaca. Restoran juga menggunakan bahan yang aman untuk digunakan bagi pelanggan serta menyediakan tempat sampah hijau (sampah yang mudah terurai), kuning (sampah yang dapat didaur ulang), dan merah (sampah diluar tempat sampah hijau dan kuning).

Puklat House akan menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan aturan seperti pembatasan kapasitas, penetapan jam operasional, melakukan pengecekan suhu sebelum memasuki area restoran, mencuci tangan atau menggunakan *hand sanitizer* sebelum memasuki area restoran, membatasi jumlah pelanggan yang datang, mengatur jarak antar meja (satu sampai dua meter), dan menyediakan *hand sanitizer* di meja kasir dan di dekat pintu serta masker cadangan untuk para pelanggan. Restoran akan bekerja sama dengan aplikasi Peduli Lindungi, jadi seluruh pelanggan dapat masuk ke dalam restoran jika sudah *check in* melalui aplikasi tersebut. Seluruh karyawan sudah melakukan vaksinasi.