

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata menurut Wahab dalam Ratmaja dan Pattaray (2019) merupakan relasi atau hubungan antar masyarakat baik antar negara maupun negara yang sama dimana aktivitas tersebut bertujuan untuk mencapai kebutuhan yang bukan untuk mendapatkan penghasilan. *Food and beverage service* merupakan bagian dari cakupan pariwisata sebagai penyedia jasa pariwisata yang bukan hanya memenuhi kebutuhan makan manusia, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan berwisata. *Food and beverage service* menyediakan makanan, makanan ringan, dan minuman berdasarkan pesanan pelanggan untuk pengonsumsi di tempat maupun tidak. *Food and beverage service* merupakan sektor yang luas dimana beberapa hanya menjual makanan, hanya menjual minuman, atau menjual keduanya tergantung tujuannya. Contohnya seperti restoran, *food stands*, *bar*, *club* dan *catering* (Cook et al., 2014).

Restoran adalah kegiatan bisnis yang dilakukan dengan memproduksi suatu produk berupa makanan dari bahan mentah dan dijual kepada pelanggan yang mana saling bersaing satu sama lain. Restoran merupakan tempat yang seru dimana pelanggan dapat merayakan acara tertentu, makan siang, bertemu dengan teman, membawa pulang makanan dari tempat kerja, yang biasanya memberikan pengalaman yang menyenangkan (Garvey et al., 2019).

Makanan merupakan kebutuhan pangan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia agar dapat memiliki keberlangsungan hidup yang baik. Dengan

manusia yang selalu memasak untuk memenuhi kebutuhan dasar akan mencapai titik jenuh dalam melakukan keharusan tersebut sehingga masyarakat mulai mengunjungi tempat makan seperti restoran yang semakin lama menjadi gaya hidup masyarakat zaman sekarang. Seiring berjalannya waktu, manusia selalu mengikuti perkembangan zaman yang modern terutama dengan semakin banyaknya jenis makanan dan jenis restoran yang unik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat (Ramadhan Harahap, SE., 2017).

Menurut Walker (2017), restoran dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu *independent restaurants* yang dibangun sendiri oleh seorang pemilik atau lebih dimana pemilik terlibat dalam operasional sehari-hari dan *chain restaurants* merupakan grup yang terdiri dari berbagai restoran yang memiliki target, menu, suasana, konsep, dan pelayanan yang identik. Terdapat beberapa jenis restoran yaitu *fine dining*, *celebrity restaurants*, *steak houses*, *family*, *ethnic*, *theme*, dan *quick service restaurants*. *Ethnic restaurant* merupakan restoran yang menawarkan makanan khas suatu negara yang unik untuk menciptakan pengalaman yang menarik serta pengalaman seperti di kampung halaman sesuai dengan konsep negara yang digunakan (Walker, 2017).

TABEL 1

Pertumbuhan Restoran di Indonesia 2018-2021

Pertumbuhan Restoran di Indonesia	2018	2019	2020	2021
	6,03%	6,92%	-6,89%	5,35%

Sumber: Data Industri (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa pertumbuhan restoran di Indonesia pada tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan sebesar 0,89%. Pada tahun 2020, persentase jumlah restoran di Indonesia mengalami penurunan hingga -6,89% dikarenakan pandemi Covid-19 yang mengharuskan

dilaksanakannya PPKM. Namun, pada tahun 2021, persentase jumlah restoran mengalami kenaikan yang signifikan mencapai 5,35% karena peraturan PPKM yang dilonggarkan. Hal ini menandakan bahwa peluang membuka restoran sangat tinggi ditandai dengan jumlah restoran yang telah meningkat.

Pada akhir tahun 2019, terjadi penyebaran virus berupa Covid-19 yang dimulai dari Wuhan, Tiongkok. Penyebaran ini terjadi dengan cepat ke seluruh dunia yang menyebabkan seluruh aktivitas atau kegiatan manusia sehari-hari pun terganggu. Covid-19 mempengaruhi berbagai sektor termasuk pada sektor pariwisata mulai dari pengelola tempat wisata, pengelola akomodasi, dan lainnya. Pemerintah Indonesia juga melaksanakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau sekarang disebut sebagai PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di beberapa kota di Indonesia sehingga aktivitas atau kegiatan masyarakat pun terbatas (Carmelia et al., 2021). Hal tersebut menyebabkan restoran harus mematuhi peraturan yang ada seperti menerima layanan makan ditempat dengan kapasitas 50% dan diberikan jarak 1.5m per pelanggan serta maksimal tutup pukul 21.00 (Kompas.com, 2021).

Semenjak pandemi Covid-19 ini melanda, masyarakat Indonesia berusaha untuk menjaga kesehatannya dengan mengonsumsi makanan yang sehat seperti sayuran. Hal tersebut terbukti dari hasil dua penelitian yang dilaksanakan oleh Karuniawati & Putrianti serta Budiningsih dan kawan-kawan.

TABEL 2
Hasil Penelitian Karuniawati & Putrianti

Pertanyaan	Pilihan	Persentase
Menyediakan makanan sehat seperti buah dan sayur kepada keluarga.	Tidak Pernah	0%
	Kadang-Kadang	2,8%
	Sering	25,4%
	Selalu	71,8%

Sumber: Karuniawati & Putrianti (2020)

TABEL 3

Hasil Penelitian Budiningsih et al

Pertanyaan	Pilihan	Persentase
Mengonsumsi sayuran sebagai makanan bernutrisi.	Tinggi (4-5)	86,3%
	Rendah (1-3)	13,7%

Sumber: Budiningsih et al. (2020)

Berdasarkan Tabel 2 hasil penelitian Karuniawati & Putrianti (2020), menyatakan bahwa sebanyak 71,8% dari 71 responden berumur 20 hingga lebih dari 35 tahun di seluruh Indonesia menjawab selalu menyediakan makanan sehat seperti buah dan sayur untuk keluarga. Berdasarkan Tabel 3 hasil penelitian Budiningsih et al. (2020), menyatakan bahwa sebanyak 86,3% dari 349 responden berumur mayoritas 24 tahun yang berada di DKI Jakarta selalu mengonsumsi sayuran sebagai makanan yang bernutrisi semenjak pandemi ini berlangsung.

Terdapat berbagai jenis makanan yang mengandung sayuran di dalamnya salah satunya adalah makanan khas Jepang seperti sushi. Sushi terdiri dari nasi dengan cuka, ikan mentah atau ikan matang, dan sayuran sebagai bahan utama (Strada & Moreno, 2011). Berikut adalah restoran sushi yang terdapat di Jabodetabek:

TABEL 4

Restoran Sushi yang Telah Bertahan Lebih dari Lima Tahun

No	Nama Restoran	Lokasi
1	Sushi Tei	Tangerang, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat
2	Genki Sushi	Tangerang, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Bekasi
3	Sushi Hiro	Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat
4	Ichiban Sushi	Tangerang, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Timur

TABEL 4 (Lanjutan)

Restoran Sushi yang Telah Bertahan Lebih dari Lima Tahun

No	Nama Restoran	Lokasi
5	Midori Japanese Restaurant	Tangerang, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat
6	Sushi Tengoku	Jakarta Selatan, Jakarta Utara
7	Sushi Masa	Jakarta Utara
8	Sushi Go!	Tangerang, Jakarta Barat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Bekasi
9	Sushi Matsu	Tangerang, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat
10	Nama Sushi	Jakarta Utara, Jakarta Selatan

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 4, terdapat restoran sushi ternama dengan berbagai *outlet* di Jabodetabek yang telah bertahan lebih dari lima tahun. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia menyukai makanan Jepang seperti sushi dan sashimi ditandai dengan sejumlah restoran Jepang yang telah dibuka lebih dari lima tahun serta membangun cabangnya di berbagai kota di Indonesia terutama di Jabodetabek.

Terdapat beberapa makanan yang memiliki cita rasa seperti sushi dan sashimi yang dapat memberikan sensasi makan makanan yang berbeda dan baru berdasarkan cara penyajiannya. Salah satunya adalah makanan Hawaii yang identik dengan hasil lautnya, dimana biasanya mengandung sayuran dan ikan mentah yang mirip seperti sushi dan sashimi. Contohnya adalah lomi salmon yang mengandung salmon dan tomat serta poke yang mengandung *seafood* mentah dengan sayuran (Reni, 2019). Keduanya sangat mirip dengan sushi dan sashimi sehingga dapat memberikan peluang bagi pebisnis untuk membangun restoran makanan khas Hawaii.

Poke merupakan makanan yang berasal dari Hawaii yang berarti potongan atau irisan dalam bahasa Hawaii. Poke adalah *appetizer* berupa selada yang

terbuat dari ikan mentah tuna sirip kuning yang dipotong dadu. Seiring berjalannya waktu, poke mulai terpengaruhi oleh budaya Amerika dan Jepang dimana mulai menyajikan ikan mentah bukan hanya dengan ikan sirip kuning melainkan juga dengan ikan salmon yang dibaluri dengan kecap asin, minyak wijen, bawang bombai, serta cabai kering. Selain itu, sekarang poke juga sering disajikan dengan wasabi, kimchi, mayones, dan lainnya sebagai bumbu tambahan. Poke bowl merupakan makanan yang disajikan di dalam mangkok yang diadaptasi dari poke yang berisi nasi, ikan mentah, sayuran, dan *dressing*. Untuk lebih sederhana, poke bowl mirip dengan sushi hanya saja tidak digulung, melainkan dicampur seperti selada (Cheng, 2017).

Poke bowl merupakan makanan yang unik dimana masih belum diketahui oleh banyak masyarakat. Oleh karena itu, dalam mengetahui bagaimana minat masyarakat terhadap poke bowl, maka dilaksanakanlah pra-uji kuesioner dalam menentukan layak atau tidak jika membuka bisnis poke bowl. Menurut Sekaran & Bougie (2020), pra-uji kuesioner merupakan alat atau instrumen untuk memastikan bahwa responden memahami pertanyaan yang diberikan dimana tidak terdapat ambiguitas dan tidak terdapat masalah dalam pemahaman setiap kata yang digunakan. Selain itu, pra-uji kuesioner juga digunakan untuk mendiskusikan dan mendapatkan informasi tambahan dari hasil pra-uji kuesioner yang telah dilaksanakan. Menurut Perneger, Hudelson, Courvoisier, dan Gayet-Ageron dalam Memon et al. (2017), mengatakan bahwa dengan sampel sebanyak 30 responden sudah layak untuk melaksanakan pra-uji kuesioner. Pra-uji kuesioner ini disebarakan kepada 95 responden dari umur 20 - 40 tahun yang merupakan usia potensial untuk mengunjungi restoran poke

bowl, namun mayoritas yang responden adalah umur 20-25 tahun yang menunjukkan bahwa usia tersebut merupakan usia yang paling tertarik terhadap poke bowl.

TABEL 5
Hasil Jawaban dari Pertanyaan Pra-uji Kuesioner

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	
			Jumlah	Persentase
1.	Apakah Anda pernah mengonsumsi makanan Hawaii?	Ya	61	64,2%
		Tidak	34	35,8%
2.	Apakah Anda pernah mengonsumsi poke bowl?	Ya	65	68,4%
		Tidak	30	31,6%
3.	Jika tidak, apakah Anda tertarik untuk mengonsumsi poke bowl?	Ya	92	96,8%
		Tidak	3	3,2%
4.	Apakah Anda suka mengonsumsi poke bowl?	Ya	73	76,8%
		Tidak	22	23,2%
5.	Apakah Anda tertarik untuk mengunjungi restoran poke bowl jika terdapat di Kota Tangerang?	Ya	92	96,8%
		Tidak	3	3,2%

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan hasil olahan data Tabel 5, disimpulkan bahwa sebanyak 61 responden (64,2%) pernah mengonsumsi makanan Hawaii, sebanyak 65 responden (68,4%) pernah mengonsumsi poke bowl, sebanyak 92 responden (96,8%) tertarik untuk mengonsumsi poke bowl, dan sebanyak 92 responden (96,8%) tertarik untuk mengunjungi restoran poke bowl jika terdapat di Kota Tangerang. Maka dari itu, berdasarkan hasil pra-uji kuesioner ini, dapat dikatakan layak untuk membangun bisnis restoran poke bowl.

Mayoritas responden tertarik untuk mengunjungi restoran poke bowl jika terdapat di Kota Tangerang. Maka dari itu, persebaran restoran poke bowl di Indonesia yaitu terdapat 14 di Jabodetabek, sembilan di Bali, enam di Nusa Tenggara Barat, satu di Surabaya, satu di Semarang, satu di Medan, dan satu di Makassar. Berikut adalah tabel restoran poke bowl yang terdapat di Jakarta dan Tangerang.

TABEL 6

Nama Restoran Poke Bowl yang terdapat di Jakarta dan Tangerang

No	Nama Restoran <i>Poke Bowl</i>	Lokasi
1.	Honu Poke & Matcha Bar	Kemang, Thamrin, BSD, Neo Soho, Bintaro
2.	Pokey Studio	Thamrin, PIK
3.	Pokinometry Poke Bowl	Gandaria, PIK, Kota Kasablanka
4.	Limu Poke	SCBD
5.	Hatchi	Pondok indah
6.	Spinfish Poke House	Plaza Indonesia
7.	Kana Poke	Sunter
8.	Cuse Bowl	Gading Serpong

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 6, hanya terdapat tiga restoran poke bowl yang berada di Tangerang dan dengan pertumbuhan restoran sebesar 5,35% pada tahun 2021 berdasarkan data Tabel 1, maka menunjukkan adanya peluang untuk berkompetisi membuka usaha restoran poke bowl ini.

TABEL 7

Jumlah Penduduk Provinsi Banten Tahun 2018 - 2020

Kabupaten / Kota	2018	2019	2020
Kab. Pandegelang	1.209.011	1.211.909	1.272.687
Kab. Lebak	1.295.810	1.302.608	1.386.793
Kab. Tangerang	3.692.693	3.800.787	3.245.619
Kab. Serang	1.501.501	1.508.397	1.622.630
Kota Tangerang	2.185.304	2.229.901	1.895.486
Kota Cilegon	431.305	437.205	434.896
Kota Serang	677.804	688.603	692.101
Kota Tangerang Selatan	1.696.308	1.747.906	1.354.350
Provinsi Banten	12.689.736	12.927.316	11.904.562

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 7, ditunjukkan bahwa Kota Tangerang merupakan kota dengan penduduk terbanyak kedua setelah Kabupaten Tangerang. Jumlah penduduk Kota Tangerang mengalami penurunan dari tahun 2019 ke 2020 dikarenakan jumlah kematian yang tinggi dimana mayoritas masyarakat yang meninggal karena Covid-19. Namun, jumlah masyarakat Kota Tangerang masih tergolong banyak dibandingkan kabupaten

atau kota lainnya sehingga peluang untuk membangun restoran di Kota Tangerang tinggi karena terdapat pasar yang luas.

TABEL 8

Jumlah Restoran Berdasarkan Kecamatan di Kota Tangerang

Kecamatan	2018	2019	2020
Ciledug	14	10	14
Larangan	5	5	6
Karangtengah	7	7	7
Cipondoh	17	13	16
Pinang	4	8	8
Tangerang	20	82	88
Karawaci	53	100	101
Jatiuwung	10	22	22
Cibodas	22	10	14
Periuk	21	21	21
Batuceper	13	2	2
Neglasari	2	13	14
Benda	53	58	57
Total Kota Tangerang	241	351	370

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tangerang (2021)

Berdasarkan data pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa jumlah restoran yang berada di berbagai kecamatan di Kota Tangerang selalu stabil atau mengalami pertumbuhan. Hal ini menunjukkan bahwa peluang untuk membuka restoran di Kota Tangerang sangat tinggi karena jumlah restoran selalu bertumbuh setiap tahunnya.

Menurut Tjiptono dalam Sakdiyah & Budiyanto (2016), lokasi merupakan faktor terpenting dalam pembangunan restoran karena berkaitan langsung dengan pasar potensial dimana pelanggan dapat langsung mendatangi lokasi restoran serta restoran dapat mendatangi pelanggan. Faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan lokasi strategis adalah akses yang mudah dijangkau, visibilitas lokasi yang terlihat dengan jelas, lalu lintas yang ramai dilewati namun tidak padat atau macet, tempat parkir yang luas dan aman, tersedianya tempat untuk ekspansi, lingkungan yang mendukung dibukanya

restoran, banyaknya kompetitor di daerah lokasi, dan peraturan pemerintah dalam mengatur lokasi usaha tertentu. Berdasarkan teori tersebut, yang paling berpotensi menjadi lokasi bisnis poke bowl yang strategis di Kota Tangerang yaitu Modernland dan Alam Sutera.

TABEL 9

Tabel Perbandingan Lokasi Potensi Poke & Match

Kriteria	Modernland		Alam Sutera	
	Kelebihan	Kekurangan	Kelebihan	Kekurangan
Akses jalan	V		V	
Pintu tol terdekat	V		V	
Klaster perumahan	V		V	
Apartemen	V		V	
Rumah Sakit	V		V	
Sekolah	V		V	
Universitas		V	V	
Pusat Perbelanjaan	V		V	
Hotel		V	V	
Gereja	V		V	
Masjid	V		V	
Pasar	V		V	
Kestrategisan		V	V	

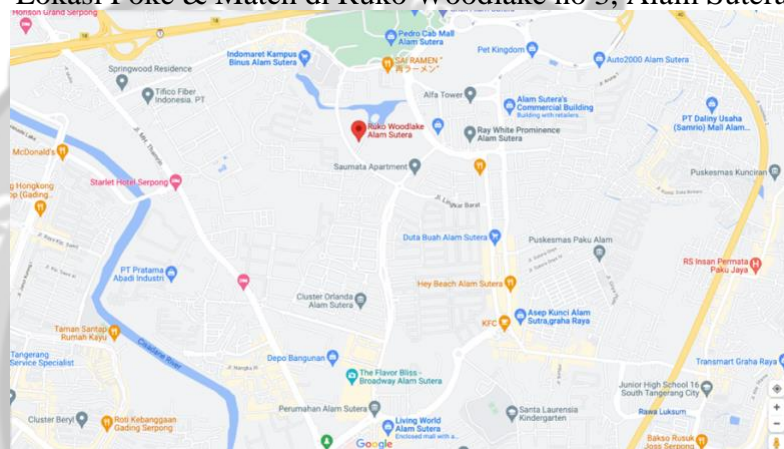
Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Lokasi Poke & Match yang dipilih adalah Ruko Woodlake no 3 yang berada di Alam Sutera. Lokasi tersebut dipilih karena jumlah warga Alam Sutera yang lebih tinggi ditandai dengan jumlah klaster yang lebih besar yaitu 35 klaster Alam Sutera dan 20 klaster Modernland. Juga dapat dilihat dari banyaknya apartemen di Alam Sutera yaitu sebanyak empat apartemen sedangkan Modernland hanya memiliki satu apartemen. Dengan Alam Sutera yang terdapat universitas, akan meningkatkan peluang restoran poke bowl karena mahasiswa yang mengenal tren saat ini ditandai dengan hasil pra-uji kuesioner yang diisi oleh mayoritas mahasiswa. Juga dengan terdapat hotel di Alam Sutera, restoran poke bowl ini dapat menjadi alternatif tamu hotel yang ingin makan di luar hotel. Selain itu, dibanding lokasi di Ruko Costa Rica, Ruko

Woodlake lebih strategis karena berada di tengah-tengah Gading Serpong, Bumi Serpong Damai (BSD), dan Modernland sehingga dapat menggapai lebih banyak pasar. Maka dari itu, akan memudahkan pasar untuk menggapainya baik secara langsung datang ke lokasi maupun melalui GrabFood, GoFood, ShopeeFood, dan Traveloka Eats dimana lokasi yang startegis akan memberikan biaya pengiriman yang lebih murah.

GAMBAR 1

Lokasi Poke & Match di Ruko Woodlake no 3, Alam Sutera



Sumber: Google (2021)

Nama Poke & Match dipilih sebagai nama bisnis restoran yang akan didirikan. Nama restoran tersebut diambil dari jenis makanan yang akan dijual yaitu poke bowl yang digabung dengan kata istilah '*mix & match*' yang berarti dicampur dan dicocokkan sehingga terbentuklah nama Poke & Match. Istilah *mix & match* digunakan karena poke bowl menggunakan dua jenis ikan yang dicampur dan dicocokkan dengan berbagai jenis sayuran. Selain itu, restoran ini akan menggunakan konsep *build your own* poke bowl dimana pelanggan dapat memilih jenis karbohidrat dan campuran poke yang telah disediakan sehingga menciptakan poke bowl yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Poke & Match menggunakan *roller coaster* sebagai konsep utamanya dimana poke

bowl akan dihidangkan menggunakan *roller coaster* dari *kitchen* ke *waiter station* kemudian ditata oleh *server* dan disajikan ke depan meja tamu berdasarkan protokol kesehatan. Selain itu, Poke & Match juga akan menampilkan proses pemotongan ikan salmon utuh pada jam-jam tertentu untuk menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pelanggan yang tetap menerapkan protokol kesehatan seperti menggunakan sarung tangan, masker, dan *face shield*. Poke & Match memiliki diferensiasi dengan menyediakan berbagai lauk poke khas Indonesia bagi yang tidak begitu menyukai hidangan ikan yaitu berupa dada ayam rica-rica, ayam woku, dan ayam kecap. Poke & Match yaitu merupakan *ethnic restaurant* yang menawarkan makanan khas Hawaii berupa poke bowl dengan konsep *roller coaster* yang menggunakan jenis *American Service* dimana setelah makanan sampai di *waiter station*, kemudian akan ditata oleh pelayan dan langsung disajikan ke meja pelanggan.

Oleh karena itu, tugas akhir ini diberi judul Studi Kelayakan Bisnis Poke & Match karena poke bowl merupakan suatu makanan yang unik dan masih tergolong sedikit di Tangerang sehingga menciptakan peluang dalam membangun bisnis ini. Selain itu, Poke & Match menggunakan konsep *roller coaster* yang sebelumnya belum ada di Indonesia, akan menarik perhatian masyarakat sehingga tercipta peluang bisnis. Poke bowl juga menarik bagi masyarakat karena mirip seperti sushi hanya saja tidak digulung, melainkan dicampur seperti selada dimana minat masyarakat Indonesia akan sushi sangatlah tinggi ditandai dengan banyaknya jumlah restoran sushi di Jakarta dan Tangerang.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi Kelayakan Bisnis ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui apakah bisnis yang akan dibangun layak atau tidak layak dengan menganalisis beberapa aspek dalam pembangunan bisnis Poke & Match ini. Terdapat 2 (dua) tujuan utama dalam melakukan Studi Kelayakan Bisnis, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Merupakan seluruh aspek Studi Kelayakan Bisnis yang dianalisis dalam melakukan perencanaan bisnis, yaitu sebagai berikut:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Untuk menganalisis permintaan dan penawaran pasar.
- 2) Untuk menganalisis segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar.
- 3) Untuk menganalisis bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, manusia, pengemasan, pemrograman, dan kerja sama.
- 4) Untuk menganalisis aspek ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup, dan teknologi.

b. Aspek Teknis

- 1) Untuk menganalisis berbagai aktivitas dan fasilitas yang dibutuhkan untuk bisnis.
- 2) Untuk menganalisis keterkaitan atau hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas yang diperlukan.
- 3) Untuk menganalisis kebutuhan ruang aktivitas dan fasilitas.
- 4) Untuk menganalisis lokasi bisnis.

5) Untuk menganalisis teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Manajemen

1) Untuk menganalisis pengorganisasian bisnis yang terdiri dari pekerjaan, pengelola usaha, dan struktur organisasi.

2) Untuk menganalisis pengembangan sumber daya manusia seperti rekrutmen, seleksi, dan orientasi, kompensasi, serta pelatihan dan pengembangan.

3) Untuk menganalisis aspek yuridis seperti bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokasi, dan peraturan perundangan yang harus dipenuhi.

d. Aspek Finansial

1) Untuk menganalisis kebutuhan dan sumber dana bisnis.

2) Untuk menganalisis perkiraan biaya operasional dan perkiraan pendapatan usaha.

3) Untuk menganalisis proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, dan proyeksi arus kas.

4) Untuk menganalisis titik impas, penilaian investasi, rasio laporan keuangan, dan manajemen risiko.

Dengan melakukan analisis sesuai dengan aspek-aspek yang ada, diharapkan penulis dapat mengetahui layak atau tidaknya bisnis yang akan dijalankan. Selain itu, dengan melakukan studi kelayakan bisnis, diharapkan penulis dapat mempermudah dan memperlancar pembangunan bisnis serta dapat mengurangi risiko kerugian dan dapat bertahan lama kedepannya.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Terdapat beberapa sub tujuan yang ingin dicapai dari pembangunan bisnis Poke & Match ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.
- b. Membantu pemasok lokal dalam meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian.
- c. Menawarkan jenis makanan yang sehat kepada masyarakat di tengah pandemi Covid-19.
- d. Memberikan pengalaman yang berbeda dan menarik dengan tema “*roller coaster and build your own*” kepada pelanggan.
- e. Meningkatkan perekonomian daerah dan negara dengan membayar pajak.

C. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan hasil studi kelayakan bisnis yang tepat dan detail, maka dibutuhkan ketersediaan data yang terpercaya dan akurat. Terdapat beberapa metode yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam pembuatan studi kelayakan bisnis ini, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Terdapat dua jenis penelitian menurut Sekaran & Bougie (2016), yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan menggunakan data dalam bentuk angka yang biasanya dikumpulkan melalui pertanyaan terstruktur. Sedangkan, penelitian kualitatif adalah penelitian dengan menggunakan data dalam

berbentuk kalimat yang didapatkan melalui wawancara, pertanyaan terbuka dalam kuesioner, maupun melalui observasi dan data yang tersedia di internet. Teknik analisis kuantitatif dilaksanakan setelah data kuantitatif dikumpulkan dari responden sampel untuk menjawab tujuan dari penelitian yang dilaksanakan. Sebelum dianalisis, data harus dipastikan akurat, terselesaikan, dan tepat untuk analisis. Teknik analisis kualitatif adalah analisis yang dilakukan dari data berbentuk kalimat yang mana jika dibandingkan dengan analisis kuantitatif, memiliki peraturan dan pedoman yang sedikit untuk diterima secara umum. Menurut David E McNabb dalam Sahab (2019), teknik analisis kuantitatif deskriptif adalah menganalisis data hasil jawaban responden dengan mendeskripsikan atau menjelaskan hasil data tersebut serta data hasil observasi.

Dalam pembuatan studi kelayakan bisnis Poke & Match ini, penelitian kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengetahui kondisi pasar dan bauran pemasaran yang sesuai. Penelitian kualitatif juga digunakan untuk mendukung penelitian kuantitatif dalam menjelaskan hasil observasi yang dilaksanakan. Sehingga analisis kuantitatif deskriptif akan digunakan dalam penyelesaian tugas akhir ini.

2. Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data menurut Sekaran & Bougie (2016), yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis sumber data akan digunakan dalam mengumpulkan data untuk mendukung penyusunan

studi kelayakan bisnis Poke & Match. Berikut adalah penjelasan mengenai data primer dan dan sekunder:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber secara langsung dengan tujuan penelitian tertentu. Wawancara, observasi, dan kuesioner merupakan metode yang dapat dilakukan untuk mendapatkan data primer. Metode yang digunakan tentu harus sesuai dengan tujuan pembuatan studi kelayakan bisnis dari penulis (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut adalah metode pengumpulan data primer yang digunakan penulis dalam pembuatan studi kelayakan bisnis, yaitu:

1) Metode survei dengan kuesioner

Kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang ditulis dan disusun untuk dijawab oleh responden, yang kemudian dicatat oleh penulis. Kuesioner biasanya digunakan sebagai alternatif dalam mendapatkan data atau informasi yang dibutuhkan dalam jumlah responden yang besar. Terdapat dua jenis kuesioner berdasarkan tipe pertanyaan yaitu kuesioner pertanyaan terbuka dimana responden dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan cara menjawabnya sendiri sedangkan kuesioner pertanyaan tertutup dimana responden menjawab dengan memilih jawaban yang disediakan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016).

Teradapat dua jenis kuesioner yaitu *personally administered questionnaires* yang merupakan penyebaran kuesioner yang

dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada responden sehingga dapat diselesaikan dalam jangka waktu yang singkat dan *electronic mail and online questionnaires* yang merupakan penyebaran kuesioner oleh peneliti secara daring seperti melalui *e-mail* atau *link* yang dapat mencakup responden secara luas serta sangat memudahkan responden dalam pengisian kuesioner (Sekaran & Bougie, 2016).

Poke & Match dalam studi kelayakan bisnis ini menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup dan akan menyebarkan kuesioner secara daring dengan menggunakan *link* dikarenakan situasi pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan serta memudahkan responden. Skala *likert* akan digunakan dalam studi kelayakan bisnis Poke & Match sebagai pilihan jawaban dari kuesioner tertutup. Skala *likert* didesain sehingga dapat melihat seberapa kuat setuju atau tidak setuju jawaban responden terhadap pernyataan yang akan disusun. Berikut adalah skala *likert* yang dapat dijawab oleh responden (Sekaran & Bougie, 2016):

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1 (satu) poin
Tidak Setuju (TS)	= 2 (dua) poin
Cenderung Tidak Setuju (CTS)	= 3 (tiga) poin
Cenderung Setuju (CS)	= 4 (empat) poin
Setuju (S)	= 5 (lima) poin
Sangat Setuju (SS)	= 6 (enam) poin

2) Observasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016), observasi adalah kegiatan yang sudah direncanakan dalam melihat, merekam, menganalisis, dan menginterpretasikan tingkah laku, tindakan, atau *event*. Observasi ini dilakukan oleh penulis dengan cara mendatangi lokasi bisnis secara langsung untuk melihat keadaan pasar dan lingkungan sekitar.

Menurut Sekaran & Bougie (2016) terdapat empat dimensi dalam tipe karakter observasi, yaitu sebagai berikut:

a) *Controlled versus Uncontrolled Observation*

Controlled observation yang berlangsung secara hati-hati dengan kondisi yang sudah dikontrol, sedangkan *uncontrolled observation* yang tidak berusaha mengontrol, memanipulasi, atau mempengaruhi situasi.

b) *Participant versus Nonparticipant Observation*

Participant observation terjadi ketika peneliti ikut terjun ke dalam kehidupan sehari-hari objek observasi, sedangkan *nonparticipant observation* terjadi ketika peneliti tidak ikut serta dalam kehidupan objek sehingga hanya mengamati saja.

c) *Structured versus Unstructured Observation*

Structured observation merupakan observasi yang telah direncanakan agar sesuai dengan tujuan penelitian, sedangkan *unstructured observation* merupakan observasi yang belum

direncanakan sebelumnya sehingga peneliti dapat melakukan observasi kepada objek yang menurutnya menarik.

d) *Concealed versus Unconcealed Observation*

Concealed observation dimana objek yang diamati tidak mengetahui bahwa dirinya sedang diamati sehingga tidak mempengaruhi kesadaran mereka, sedangkan *unconcealed observation* dimana objek yang diamati mengetahui bahwa dirinya sedang diamati sehingga dapat menciptakan tingkah laku yang berbeda daripada aslinya.

Poke & Match menggunakan *uncontrolled observation* dimana situasi tidak akan dikontrol, *nonparticipant observation* yang mana Poke & Match tidak ikut serta ke dalam kehidupan sehari-hari subjek yang akan diamati, *structured observation* dimana lokasi, waktu, dan variabel yang akan diamati sudah direncanakan, dan *concealed observation* yang mana subjek observasi tidak mengetahui bahwa dirinya sedang diamati. Berikut adalah variabel yang akan diamati di Ruko Woodlake, Alam Sutera, Kota Tangerang:

- a) Aksesibilitas ke daerah Ruko Woodlake dan Alam Sutera.
- b) Tingkat keramaian dan hunian di daerah Ruko Woodlake dan Alam Sutera.
- c) Bisnis serupa yang terdapat di Ruko Woodlake dan Alam Sutera.

d) Biaya sewa, luas, fasilitas, kapasitas, sumber energi, dan kebutuhan yang diperlukan di lokasi Ruko Woodlake.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan yang berbeda dengan tujuan peneliti. Jadi, data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber lain seperti aktikel, jurnal, buku, statistik dari pemerintah, organisasi, perusahaan, dan internet yang tentunya sudah disebar. Nilai serta latar belakang dari data sekunder harus dievaluasi secara hati-hati sebelum digunakan oleh penulis (Sekaran & Bougie, 2016). Berikut adalah data sekunder yang digunakan oleh Poke & Match:

1) Kajian Pustaka

Menurut Sekaran & Bougie (2016), kajian pustaka adalah pilihan dari dokumen yang tersedia baik yang sudah dipublikasi maupun yang belum dipublikasi dimana dokumen tersebut berisi informasi, ide, dan bukti tertulis dari sudut pandang tertentu untuk memenuhi tujuan mengenai suatu topik dan bagaimana harus diinvestigasi, serta evaluasi yang efektif dari dokumen tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan. Peneliti akan mengumpulkan data sekunder yang sesuai dengan topik penelitian untuk mendapatkan informasi yang berguna. Data tersebut didapatkan dalam bentuk buku cetak, jurnal, tesis, naskah informasi, laporan, dan koran.

Poke & Match menggunakan berbagai sumber sebagai data sekunder yang dapat membantu penelitian. Buku, jurnal, dan koran

mengenai pariwisata dan perhotelan, restoran, metode penelitian, resep, dan teori lainnya yang digunakan untuk mendapatkan informasi dalam menyelesaikan studi kelayakan bisnis Poke & Match ini.

2) Internet

Internet dapat digunakan dalam mendapatkan berbagai informasi dari berbagai belahan dunia. Dengan internet, peneliti dapat mencari secara terperinci mengenai suatu buku, jurnal, artikel, naskah, koran, dan berbagai dokumen yang telah dipublikasikan oleh berbagai perusahaan (Sekaran & Bougie, 2016).

Dalam mengerjakan studi kelayakan bisnis poke & Match ini, internet digunakan untuk mencari berbagai data yang diperlukan dalam bentuk buku, jurnal, artikel, koran, serta laman. Dalam pengerjaan tugas akhir ini, tentu menggunakan data yang terpercaya melalui berbagai laman pemerintah seperti laman Kemenparekraf dan Badan Pusat Statistik. Selain itu, informasi dan data juga didapatkan melalui Perpustakaan Nasional secara daring dari berbagai buku dan jurnal. Informasi dari koran secara daring juga mudah didapatkan melalui internet.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berada di daerah Alam Sutera dan sekitarnya seperti Gading Serpong, Modernland, BSD, Kab. Tangerang, Kota Tangerang, Tangerang Selatan, karena dekat dengan rencana lokasi pendirian Poke &

Match. Selain daerah provinsi Banten, kuesioner juga akan disebar ke daerah DKI Jakarta untuk melihat minat responden di luar Tangerang dalam keinginan mengunjungi Poke & Match. Kuesioner akan disebar dari tanggal 12 Oktober 2021 hingga tanggal 17 Oktober 2021. Observasi akan dilaksanakan di Ruko Woodlake, Alam Sutera, Kota Tangerang serta seluruh daerah Alam Sutera pada tanggal 16 September 2021.

4. Target Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016), populasi adalah seluruh kelompok yang berisikan anggota yang menarik bagi peneliti untuk melakukan sebuah penelitian. Populasi dari studi kelayakan bisnis Poke & Match ini adalah masyarakat berumur remaja hingga dewasa yang berdomisili di Tangerang, Jakarta, dan sekitarnya karena rencana pendirian lokasi bisnis Poke & Match berada di daerah Alam Sutera, Kota Tangerang.

5. Sampel

Sampel menurut Sekaran & Bougie (2016), merupakan beberapa elemen atau anggota terpilih yang merupakan bagian dari populasi.

a. *Sample Size*

Sample frame adalah representatif secara fisik dari seluruh elemen dalam populasi dimana sampel diambil. *Sample size* adalah banyaknya sampel yang harus diambil dari populasi oleh peneliti. Menurut Hair dalam Memon et al. (2020), *sample size* dapat ditentukan sebanyak 5 responden perindikator pertanyaan. Poke & Match terdapat 35 jumlah indikator sehingga akan menggunakan 175 *sample size* ditambah 10%

yaitu menjadi 195 untuk mengantisipasi jawaban responden yang tidak *valid*. Kuesioner disebarakan melalui google form kepada sampel dari umur di bawah 20 tahun hingga di atas 39 tahun yang merupakan teman dekat, kerabat orang tua, dan saudara dikarenakan pandemi Covid-19 yang menghalangi pengumpulan kuesioner secara langsung.

b. Teknik Sampel

Sampling adalah proses pemilihan jumlah elemen yang tepat dari populasi sehingga pembelajaran dan pemahaman atau karakteristik sampel dapat digeneralisasi terhadap elemen populasi oleh peneliti.

Terdapat dua jenis teknik sampel menurut Sekaran & Bougie (2016):

1) *Probability sampling*

Probability sampling merupakan elemen dari populasi yang sudah diketahui dimana setiap elemen memiliki kesempatan yang sama dalam menjadi sampel. Terdapat beberapa teknik dalam *probability sampling*, yaitu sebagai berikut (Sekaran & Bougie, 2016):

a) *Simple random sampling*

Dalam teknik ini, setiap anggota dari populasi yang diketahui memiliki kesempatan yang sama dalam menjadi sampel.

b) *Systematic sampling*

Teknik *sampling* ini dilakukan dengan memilih elemen dari populasi antara 1 dan n secara acak, selanjutnya memilih elemen dengan kelipatan atau jarak yang sama.

c) *Stratified random sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), teknik ini dilakukan dengan memilih sampel dari setiap kelompok populasi dengan tingkatan yang berbeda menggunakan metode *simple random sampling*.

d) *Cluster sampling*

Dalam teknik ini, dilakukan dengan memilih sampel dari kelompok dengan tingkatan yang setara yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

e) *Double sampling*

Double sampling digunakan ketika informasi lebih lanjut dibutuhkan dari kelompok yang telah diambil informasinya untuk penelitian yang sama. Jadi, sampel awal yang diambil untuk mengumpulkan informasi kemudian diambil kembali beberapa sampel dari sampel tersebut untuk mengambil informasi secara lebih detail.

2) *Non Probability Sampling*

Non probability sampling adalah elemen dari populasi yang tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel sehingga sampel tidak dapat digeneralisasi kepada populasi.

Berikut adalah tiga teknik dalam teknik *sampling* ini, yaitu

(Sekaran & Bougie, 2016):

a) *Convenience sampling*

Dalam teknik *sampling* ini, informasi dikumpulkan dari anggota populasi yang bersedia untuk memberikannya. Dengan teknik *sampling* ini, peneliti mendapatkan informasi dengan cepat dan efisien.

b) *Judgment sampling*

Teknik *sampling* ini meliputi pilihan sampel yang paling menguntungkan atau berada di posisi yang tepat untuk memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan peneliti. Teknik ini digunakan ketika jumlah anggota yang sesuai dengan kategori terbatas itu terlihat.

c) *Quota sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *quota sampling* adalah menjamin bahwa setiap kelompok memiliki representatif dalam menjadi sampel penelitian dengan adanya kuota per kelompok. Jadi, terdapat kuota atau jumlah sampel tertentu untuk setiap kelompok berdasarkan jumlah total kelompok populasi.

Poke & Match akan menyebarkan kuesioner tertutup secara daring yang menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *sampling* berupa *simple random sampling* dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dalam menjadi sampel.

6. Teknik Pengujian Data

Dalam menganalisis data hasil jawaban responden, penulis menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dalam

melaksanakan uji reliabilitas dan uji validitas terhadap hasil jawaban responden mengenai aspek pasar dan pemasaran. Menurut Sekaran & Bougie (2020), uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur stabilitas dan konsistensi untuk bebas dari kesalahan dengan instrumen pengukuran. Uji validitas merupakan uji untuk mengukur seberapa baik instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam mengukur konsep.

D. Tinjauan Konseptual

1. Pengertian Pariwisata

Menurut UNWTO (Raga, 2019), definisi pariwisata yaitu sebagai berikut:

A social, cultural, and economic circumstance which involves the movement of people from one country or place to another, outside their usual environment for personal, business, professional, and recreational purposes. These people are called as visitors which are further classified into tourists, excursionist, residents, or non-residents. So, tourism is the movement of people for number of purposes such as business or pleasure from one place to another.

Berdasarkan definisi di atas, dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan keadaan sosial, budaya, dan ekonomi yang meliputi pergerakan orang dari suatu negara atau tempat atau lainnya, diluar dari lingkungan biasanya untuk tujuan pribadi, bisnis, profesional, dan rekreasi. Orang ini dikatakan sebagai pengunjung yang dapat diklasifikasi menjadi wisatawan, pelancong, penduduk, maupun bukan penduduk. Jadi, pariwisata secara singkat adalah perpindahan orang untuk beberapa tujuan seperti bisnis atau berlibur dari suatu tempat ke tempat lainnya.

2. Pengertian Restoran

Menurut Walker dalam Carmelia et al. (2021) restoran adalah peran yang signifikan dalam gaya hidup masyarakat dimana mengonsumsi makanan di luar merupakan hal yang populer dalam aktivitas sosial karena setiap manusia membutuhkan makan dan minum. Jadi, restoran adalah tempat dengan lingkungan yang menyenangkan dimana masyarakat menikmati makan dan minum bersama dengan teman dan keluarga yang sudah menjadi gaya hidup kegiatan sosial masyarakat.

Sedangkan menurut Raga (2019), restoran merupakan hasil pembenetukan yang menyediakan makanan dan minuman seperti restoran *fine dining*, *bar*, *pubs*, restoran *casual dining*, restoran *fast food*, *café*, dan katering.

3. Aspek-aspek Restoran

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran, restoran memiliki tiga aspek dengan unsur pada setiap aspeknya, yaitu sebagai berikut (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2014):

a. Aspek Produk

- 1) Ruang makan dan minum yang meliputi luas ruangan serta kapasitas yang sesuai, sistem pencahayaan dan sirkulasi udara, dan ruang untuk VIP (*Very Important Person*).
- 2) Penyediaan makan dan minum meliputi seluruh menu beserta resep.

- 3) Fasilitas penunjang yang meliputi lift dan/atau eskalator untuk restoran lebih dari empat lantai, ruang tunggu, toilet bersih, peralatan makan yang sesuai, menu beserta harga, dapur dan peralatan masak yang sesuai, ruang penyimpanan bahan makanan dan minuman, peralatan pertolongan pertama dan alat pemadam, serta ruang pertemuan.
- 4) Kelengkapan bangunan yang meliputi papan nama restoran dan tempat parkir.

b. Aspek Pelayanan

- 1) Prosedur operasional standar yang meliputi reservasi, penyambutan dan penerimaan tamu, pemberian menu, pencatatan makan dan minum, penyajian makan dan minum, pembayaran tunai maupun nontunai, pembersihan alat makan kotor, dan keamanan.
- 2) Fasilitas lainnya yang meliputi ruang ibadah dan *wifi*.

c. Aspek Pengelolaan

- 1) Organisasi yang meliputi visi dan misi, struktur organisasi, pembagian tugas, dokumen petunjuk kerja, Perjanjian Kerja Bersama, dan rencana usaha.
- 2) Manajemen yang meliputi program inovasi, penerimaan bahan makanan dan minuman sesuai standar, penyimpanan serta pengelolaan bahan makanan dan minuman yang sesuai, pelaksanaan manajemen kesehatan dan keselamatan kerja, jaminan atas mutu keamanan pangan, kerja sama dengan dokter, evaluasi kinerja, serta pengembangan dan perencanaan karir.

- 3) Sumber daya manusia yang meliputi program peningkatan jabatan, penilaian kinerja yang sesuai, serta pakaian karyawan yang bersih beserta logo perusahaan.
- 4) Sarana dan prasarana yang meliputi ruang makan dan ruang ganti karyawan, toilet khusus karyawan, kantor untuk pimpinan, pengelolaan limbah dan sampah, pemasangan listrik, gas, air, akses darurat, telepon, dan ruang ibadah.

4. Sejarah Restoran

Pada masa Yunani dan Roma kuno tahun 1700 SM, terdapat *inn* dan kedai minuman yang dijalankan oleh *freemen* atau pensiunan gladiator yang menginvestasikan tabungan mereka kepada bisnis restoran. Pertama kali istilah “*business lunch*” muncul dari ide Seqius Locates yang merupakan seorang penjaga *inn* dimana pada tahun 40 SM ia mendapatkan ide tersebut dari pekerja kapal yang tidak bisa pulang kerumah untuk makan siang (Walker, 2017).

Pada tahun akhir abad 16, terdapat istilah “*ordinary*” di Inggris yang merupakan tempat dimana kedai minuman menyajikan makanan berupa sayur daging kuah yang dibumbui yang dijual dengan harga yang tetap. Pada abad 17 setelah adanya pengaruh kebudayaan Eropa Barat akan kopi dan teh, *coffee houses* mulai berkembang di seluruh Eropa (Walker, 2017).

Revolusi Perancis mengubah sejarah kuliner dimana M. Boulanger yang merupakan bapak restoran modern, menjual sup di kedai minumannya bernama Rue Bailleul. Ia menamai sup tersebut adalah “*soup restorantes*” yang merupakan asal mula kata “restoran”. Pada tahun 1782, A.B.

Beauvilliers membuka restoran modern pertama kalinya dengan nama Le Grand Taverne de Londres di Paris (Walker, 2017).

5. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2017), terdapat berbagai klasifikasi restoran dimana yang paling utama adalah *independent restaurants* yang merupakan restoran milik pribadi yang didirikan oleh seorang pemilik atau lebih yang biasanya terlibat dalam operasional setiap harinya dan *chain restaurants* yang merupakan grup restoran yang memiliki target, konsep, desain, pelayanan, dan makanan yang serupa, serta nama yang terkenal. Namun terdapat klasifikasi lainnya yaitu (Walker, 2017):

a. *Fine Dining Restaurants*

Merupakan restoran *full-service* baik formal maupun *casual* yang memiliki berbagai pilihan menu minimal 15 atau lebih dimana makanan tersebut dapat dibuat dari awal menggunakan bahan yang segar dan mentah. Contohnya adalah Henshin, The Westin.

b. *Celebrity Restaurants*

Merupakan restoran yang dimiliki oleh selebriti yang biasanya menawarkan makanan yang disukai oleh selebriti tersebut. Restoran ini biasanya unggul dalam kombinasi desain, suasana, makanan, dan kunjungan dari selebriti tersebut. Contohnya adalah The Nest Grill milik Chef Arnold seorang *celebrity-chef*.

c. *Steak Houses*

Merupakan restoran yang menawarkan menu daging merah, namun beberapa restoran menambah menu daging ayam dan ikan untuk menarik pelanggan lebih lagi. Contohnya adalah Steak 21.

d. *Family Restaurants*

Merupakan restoran yang biasanya dimiliki oleh individu maupun keluarga yang menawarkan menu sederhana dan pelayanan yang diberikan untuk menyenangkan berbagai keluarga yang berkunjung. Contohnya adalah Bandar Djakarta.

e. *Ethnic Restaurants*

Merupakan restoran yang secara umum dimiliki dan dioperasikan secara independen yang menawarkan sesuatu yang berbeda agar menciptakan pengalaman yang menarik atau untuk memberikan pengalaman seperti di kampung halaman dengan latar yang estetik. Contohnya adalah Din Tai Fung yang menawarkan *Chinese food*.

f. *Theme Restaurants*

Merupakan restoran kombinasi antara spesialisasi yang dimiliki dengan tipe restoran lainnya yang menawarkan menu terbatas namun memberikan pengalaman yang maksimal untuk pelanggan. Contohnya adalah The Garden dengan tema taman.

g. *Quick Service Restaurants*

Merupakan restoran yang mengutamakan kecepatan pelayanan dengan menawarkan menu terbatas seperti hamburger, pizza, ayam goreng,

pancakes, sandwich, dan pelayanan antar makan. Contohnya adalah Burger King.

6. Jenis Menu Restoran

Menurut Davis et al. (2018), terdapat dua jenis menu yang dapat digunakan oleh restoran dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a. *Table d'hote Menu*

Jenis ini memiliki menu yang terbatas dengan menawarkan jenis makanan dalam jumlah yang sedikit biasanya tiga atau empat jenis. Selain itu, harga yang ditawarkan sudah tetap serta makanan disajikan dalam waktu yang tepat. Jenis menu ini biasanya ditawarkan untuk *breakfast, lunch, dan dinner* dimana sekarang sudah beradaptasi seperti berikut:

- 1) *Banquets*: merupakan menu yang menawarkan menu tetap yang biasanya pelanggan tidak memiliki pilihan jenis makanan terkecuali pelanggan tertentu yang memiliki kriteria makan tertentu seperti vegetarian.
- 2) *Buffets*: merupakan menu buffet yang bergantung pada jenis acara serta harga yang dibayar, mulai dari makanan yang sederhana ukuran kecil hingga makanan yang rumit ukuran besar seperti *main course* yang harus selalu siap dalam keadaan hangat. *Buffet* biasanya disediakan untuk resepsi pernikahan dan konferensi atau pertemuan.

- 3) *Coffee houses*: merupakan manu yang paling terkini dari bentuk *table d'hote*. Biasanya menu disediakan untuk 12 hingga 18 jam per hari, membagi harga berdasarkan jenis makanan atau minuman, menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman, dan menyediakan makanan ringan yang mudah untuk dipersiapkan.
- 4) *Cyclical menus*: merupakan menu yang diulang kembali dalam periode waktu tertentu. Misalnya seperti setiap bulan, melakukan pergantian menu. Hal ini biasa sering digunakan dalam catering untuk menciptakan pola permintaan pelanggan untuk setiap menu.

b. *A La Carte Menu*

Jenis ini memiliki menu yang lebih bervariasi dibanding *table d'hote*, disusun berdasarkan kategori makanan yang ditawarkan, setiap makanan disiapkan setelah dipesan, setiap makanan dihargai secara satu per satu, biasanya lebih mahal daripada *table d'hote*, dan sering memiliki makanan musiman yang sedikit lebih mahal.

7. Jenis Pelayanan Restoran

Menurut Davis et al. (2018), terdapat beberapa jenis pelayanan pada restoran, yaitu sebagai berikut:

a. *Self Service*

Merupakan pelayanan dimana pelayan tidak menghampiri meja dan melayani pelanggan secara langsung, melainkan pelanggan langsung memilih makanan, minuman, dan peralatan makan secara langsung dan membawanya ke meja masing-masing. Jenis pelayanan ini merupakan yang paling sederhana.

b. *The Traditional Cafeteria*

Merupakan pelayanan dimana memiliki susunan garis lurus atas konter dimana pelanggan memasuki permulaan garis lurus konter, mengambil *tray*, dan melalui seluruh konter untuk memilih jenis makanan yang diinginkan dimana akan diambikan oleh pelayan dan dibayar pada konter paling terakhir.

c. *The Free Flow Cafeteria*

Merupakan pelayanan yang mirip dengan *traditional cafeteria* namun memiliki konter yang terpisah untuk makanan panas atau makanan dingin yang berbentuk *U-shape*.

d. *The Carousel*

Merupakan pelayanan yang meliputi beberapa rak berputar biasanya tiga tingkat dengan diameter hampir dua meter, dan berputar dalam satu kali putaran setiap menit. Makanan ini melewati *kitchen* untuk *diplating* kemudian ditaruh di *carousel*.

e. *Vending*

Merupakan pelayanan restoran yang menjual makanan melalui mesin dimana pelanggan memesan makanan maupun minuman dengan memencet tombol yang terdapat di mesin, kemudian melakukan pembayaran pada *vending machine* tersebut.

f. *The Carvery*

Merupakan jenis pelayanan restoran yang menawarkan *three-course meal* dengan pilihan makanan *main course* yang disiapkan dalam konter *carvery* yang mana pelanggan langsung melayani dirinya

sendiri sehingga hanya *first course meal* dan *third course meal* yang dilayani langsung oleh pelayan.

g. *The Buffet*

Merupakan jenis pelayanan hasil modifikasi dari *self-service* yang sesungguhnya. Dalam penyusunan pelayanan, makanan ditampilkan secara menarik pada meja disajikannya makanan. Pelanggan mengambil piring kemudian berjalan sambil mengambil makanan sesuai pilihan sendiri ke meja masing-masing.

h. *Take-away or Take-out Service*

Merupakan pelayanan yang biasanya menyajikan makanan *fast food* yang memiliki menu terbatas, namun setiap menu memiliki pilihan variasi lainnya. Jenis pelayanan restoran ini biasanya mengutamakan banyaknya penjualan dengan menawarkan harga makanan yang rendah hingga sedang sehingga menjadi populer dikalangan masyarakat.

i. *Waiter Service*

Merupakan jenis pelayanan yang meliputi pelayan untuk membawa makanan kepada pelanggan, baik ke meja maupun *bar* dimana tamu berada, dibandingkan tamu yang mengambil makanannya sendiri. Jenis ini dikatakan sebagai *personalized service* sehingga kecepatan sangatlah penting.

j. *Counter or Bar Service*

Merupakan jenis pelayanan yang berbentuk gabungan antara *self-service* dengan *waiter service*. Selain itu, juga menggabungkan *extra*

service kepada pelanggan. Jenis pelayanan ini tidak cocok untuk melayani kelompok tamu yang datang dalam waktu yang sama, melainkan untuk tamu yang datang sendiri, berpasangan, maupun kelompok antara empat hingga enam orang.

k. *Table Service*

Merupakan jenis pelayanan dimana pelayan membawa dan menempatkan makanan tamu secara langsung di depannya. Terdapat tempat jenis *table service*, yaitu sebagai berikut:

1) *American Service*

Pelayanan dimana makanan tamu sudah diporsikan dan *plating* di *kitchen*, kemudian dibawa ke restoran oleh pelayan dan ditempatkan di depan pelanggan.

2) *French Service*

Merupakan pelayanan *table service* yang paling rumit dimana harus menyiapkan makanan tamu dari *kitchen*, menyusun *cutleries* tamu, membawa makanan di *silver salvers* dengan *geuridon* (terdapat pemanas yang disebut *rechaud*), yang kemudian disajikan ke piring tamu secara langsung.

3) *Russian Service*

Merupakan pelayanan *table service* yang dimana makanan diletakan di *silver salvers*, disiapkan dan diporsikan di *kitchen*, kemudian dibawa ke restoran, lalu disajikan pada *dinner plate* tamu.

4) *English Service*

Merupakan pelayanan *table service* dimana makanan disiapkan di *kitchen*, namun tidak diporsikan, melainkan misalnya seluruh bagian daging yang disajikan sebelum dipotong.

l. *Banquet Service*

Merupakan jenis pelayanan yang biasanya bekerja sama dengan hotel besar yang menggunakan berbagai bentuk meja yang diisi oleh kelompok kecil tamu sekitar enam hingga delapan orang secara privat. Biasanya makanan disajikan dengan *American service* atau *Russian service*.

m. *Room and Lounge Service*

Merupakan jenis pelayanan dimana tamu dapat memesan makanan dan diantarkan ke dalam kamar hotel. Selain itu, tamu juga dapat mengonsumsi makanan di *lounge* sebuah hotel yang biasanya memiliki akses yang terbatas.

n. *Car or Drive-in Service*

Merupakan jenis pelayanan dimana tamu tetap berada di dalam mobil ketika memesan dan menerima makanan. Tamu dapat memakannya langsung di dalam mobil maupun membawa makanannya pulang.

o. *Special Service Arrangement*

Merupakan jenis pelayanan yang membutuhkan hal khusus atau spesial yang disajikan langsung kepada tamu. Seperti pelayanan kepada tamu pasien rumah sakit maupun tamu pesawat.

p. *Centralized Tray Service*

Merupakan jenis pelayanan yang dimasak secara terpusat. Biasanya tamu akan diberikan menu makanan yang dapat dipilih untuk dikonsumsi keesokan hari. Sehingga tamu akan disajikan makanan sesuai dengan keinginannya.

8. Sejarah Poke Bowl

Pada abad ke-18 sebelum Captain Cook berlabuh di Hawaii, orang asli Hawaii yang dikelilingi oleh lautan selalu menyiapkan ikan mentah yang disebut *i'a maka* serta memotong ikan batu karang yang disebut *reef fish* yang telah ditangkap menjadi kotak-kotak. Kemudian, ikan tersebut dibumbui dengan garam laut yang dikeringkan di bawah matahari, rumput laut yang disebut sebagai *limu*, dan kemiri yang disebut *'inamona* yang dipanggang kemudian dihancurkan (Cheng, 2017).

Kemudian, makanan ini mulai populer pada tahun 1970an yang disebut sebagai poke. Poke berarti untuk mengiris atau untuk memotong secara melintang menjadi beberapa bagian. Berbagai cara memancing yang handal dipelajari oleh masyarakat seiring poke yang semakin terkenal untuk mendapatkan ikan segar seperti tuna atau disebut sebagai *'ahi* (Cheng, 2017).

Poke mulai berkembang seiring Hawaii yang terpengaruhi oleh multi budaya seperti Jepang dan Amerika. Sekarang, poke dikenal sebagai potongan kubus tuna mentah yang dicampur atau dibaluri dengan kecap asin, minyak wijen, bawang bombai mentah, dan cabai merah. Untuk menambah rasa, poke juga ditambah dengan wasabi, mayones, kimchi, saus

tiram, dan berbagai *seafood* mulai dari ikan salmon, kerang, kepiting, dan lainnya. Bahkan sekarang ini, juga terdapat poke yang digoreng hingga menggunakan tahu dan sayuran untuk menambah rasa dari tuna atau '*ahi*' (Cheng, 2017).

9. Jenis Poke Bowl

Terdapat berbagai jenis poke bowl di dunia ini seiring berkembangnya zaman. Poke bowl tidak memiliki jenis-jenis yang tetap, melainkan memiliki bahan-bahan tetap yang digunakan sebagai bahan utama. Poke bowl dapat dicampur dengan bahan pelengkap lainnya, sehingga poke bowl kembali lagi kepada kreativitas dan keinginan lidah masing-masing. Berikut adalah jenis bahan dasar poke bowl yang biasanya dikonsumsi oleh masyarakat, yaitu sebagai berikut (Cheng, 2017):

a. *Seafood* Poke Bowl

Menggunakan berbagai jenis *seafood* yang dipotong kotak-kotak sebagai lauk atau bahan utama, kemudian ditambah sayur-sayuran serta saus pelengkap. Contoh *seafood* yang digunakan adalah ikan tuna, salmon, udang, kepiting, *scallop*, kerang, dan gurita.

b. *Land* Poke Bowl

Menggunakan berbagai jenis daging dari binatang yang hidup di darat seperti daging sapi dan daging ayam yang sudah dimasak sebagai lauk atau bahan utama. Kemudian, ditambah sayur-sayuran serta saus pelengkap.

c. Vegetarian Poke Bowl

Menggunakan berbagai lauk pengganti daging seperti tahu yang sudah matang sebagai lauk atau bahan utama. Kemudian, ditambah sayur-sayuran serta saus pelengkap.

Terdapat beberapa bahan lain yang dibutuhkan membumbui bahan utama poke bowl yaitu (Cheng, 2017):

a. Bawang Bombai

Poke di Hawaii biasanya menggunakan campuran daun bawang dengan bawang bombai. Namun, sekarang dapat diganti dengan jenis lainnya seperti bawang bombai merah dan bawang merah. Irisan bawang bombai dapat direndam ke dalam air es selama sepuluh menit untuk mengurangi rasa bawang bombai mentah.

b. Kecap Asin

Kecap asin yang biasa digunakan adalah *shoyu* atau kecap asin Hawaii dan Jepang.

c. Garam

Dapat menggunakan berbagai jenis garam untuk membumbui poke. Namun, yang biasa digunakan orang Hawaii adalah *alaea salt* atau garam kasar yang diwarnai dengan warna *red clay*.

d. Minyak Wijen

Minyak wijen akan memberikan wangi lezat kepada poke. Minyak wijen yang digunakan adalah minyak yang berwarna gelap dan memiliki wangi kacang.

Selain itu, terdapat bahan pelengkap sebagai saus yang dapat meningkatkan kelezatan dalam poke, yaitu sebagai berikut (Cheng, 2017):

a. *Furikake*

Merupakan kondimen yang paling cocok ditambahkan ke dalam poke yang terbuat dari campuran dari rumput laut kering dengan berbagai bumbu lainnya dari plum kering hingga ikan kering.

b. *Hot sauces*

Terdapat berbagai jenis saus sambal untuk menambah cita rasa pada poke. Mulai dari sambal ulek, cabai bubuk, hingga *gochujang*.

c. *Mirin*

Merupakan *rice wine* yang difermentasi dimana menambahkan rasa manis dan rasa yang dalam kepada *poke*.

d. *Rice Vinegar*

Biasa sering digunakan dalam masakan Jepang yang mana tidak seasam cuka lainnya.

e. *Bonito Flakes*

Merupakan *bacon* dari laut yang tipis dan kering dimana memberikan rasa *smoky* serta sedikit rasa asin laut.

Selain itu, sayur-sayuran juga dibutuhkan untuk melengkapi poke bowl. Sayuran yang biasa digunakan adalah kacang edamame, tomat ceri, jagung, wortel, timun, dan lainnya. Selain sayuran, juga terdapat poke bowl yang menggunakan berbagai jenis buah-buahan seperti alpukat, mangga, dan semangka (Cheng, 2017).

10. Aplikasi Konsep Teoritikal

Poke & Match merupakan jenis *ethnic restaurant* yang makanan khas Hawaii berupa poke bowl. Maka dari itu, Poke & Match akan menggunakan konsep suasana dan desain seperti di Hawaii. Jenis pelayanan yang akan digunakan adalah *American Service* dengan menggunakan *roller coaster* sebagai alat untuk mengirimkan makanan dari *kitchen* ke *waiter station* yang kemudian akan ditata dan disajikan oleh pelayan secara langsung ke meja pelanggan.

Poke bowl akan disajikan di dalam mangkuk dengan menggunakan pemisah antar lauk sehingga ketika turun melalui *roller coaster*, lauk tidak akan tercampur satu sama lain. Kemudian, mangkuk tersebut dimasukkan ke dalam panci dan ditutup dengan penutupnya. Setelah itu, panci tersebut akan diamankan dengan tali khusus sesuai dengan ukuran panci yang ada, lalu dimasukkan ke dalam *underliner* panci untuk menuruni rel *roller coaster*. Lalu, panci akan diturunkan melalui *roller coaster* dari *kitchen* pada lantai 3 (tiga) menuju *waiter station* pada lantai 1 (satu). Pelayan akan menerima panci tersebut, membuka pengaman dan penutup panci, kemudian mengeluarkan mangkuk poke bowl serta mengambil pemisah antar lauk. Pelayan akan merapikan lauk dan menambahkan *garnish* di atasnya, kemudian menyajikannya ke meja pelanggan.

Menu yang digunakan oleh Poke & Match adalah menu *a la carte* yang memiliki variasi lauk poke bowl, mulai dari variasi jenis *base* atau karbohidrat serta variasi lauk mulai dari *seafood*, hewan darat, dan vegetarian. Poke & Match menggunakan konsep *build your own* sehingga

pelanggan dapat memilih karbohidrat dan campuran lauk yang disukainya. Berikut adalah poke atau daging utama yang akan ditawarkan yang telah dicampur dengan sayuran dan saus tertentu:

- a. *Seafood*: dengan pilihan ikan tuna dan/atau salmon.
- b. *Land*: dengan berbagai pilihan daging ayam.
- c. *Vegetarian*: dengan pilihan tahu, tempe, dan terong.

Poke & Match menawarkan menu daging dada ayam khas Indonesia berupa rica, woku, dan kecap sehingga bagi pelanggan yang tidak dapat mengonsumsi ikan dapat mengonsumsi ayam. Selain itu, Poke & Match juga menyediakan hidangan sampingan berupa *hand roll* dengan isian seperti sea poke bowl namun dalam gulungan nori dan sushi *rice* seperti sushi yang cocok dikonsumsi oleh anak-anak karena porsi yang tidak begitu besar. Juga terdapat *appetizer* berupa berbagai selada khas Hawaii dengan berbagai sayuran dan *dressing* yang segar. Minuman utama yang akan ditawarkan berupa *fresh juice* dan *mocktail* khas Hawaii untuk menyeimbangi poke bowl. Fasilitas yang akan disediakan oleh Poke & Match adalah berupa fasilitas area parkir, ruang tunggu, area pengambilan makanan untuk *take away* dan *delivery*, meja dan kursi, toilet, musola, dan *wifi*.

Poke & Match juga menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan CHSE yaitu *cleanliness*, *health*, *safety*, dan *environment sustainability*. Untuk kebersihan, karyawan Poke & Match akan membersihkan seluruh area sebelum dan setelah kegiatan operasional dilakukan. Tidak lupa untuk mendisinfeksi seluruh area Poke & Match dan menyediakan area cuci

tangan serta *hand sanitizer* di pintu masuk dan di setiap meja. Karyawan akan mendisinfeksi ruangan setiap dua jam sekali untuk mengurangi penyebaran virus Corona, serta mendisinfeksi peralatan makan sebelum dimasukkan ke dalam kemasan *cutleries set*. Untuk kesehatan, karyawan Poke & Match akan memastikan penggunaan masker dan melakukan pengecekan suhu baik kepada pelanggan dan setiap karyawan sebelum memasuki area Poke & Match. Untuk keselamatan, Poke & Match akan menetapkan kapasitas restoran sebesar 75% dalam melakukan pembatasan sosial demi keamanan bersama. Selain itu, Poke & Match juga akan menyiapkan mitigasi atau prosedur keselamatan untuk bencana alam maupun non alam. Untuk lingkungan yang berkelanjutan, Poke & Match akan menggunakan plastik dari singkong, tisu daur ulang, *table mat* dari kertas daur ulang, sedotan kertas, serta kemasan *cutleries set* dan kemasan *take away* yang menggunakan bahan daur ulang.

