

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Dalam masa pandemi yang masih terus terjadi hingga saat ini memberikan dampak besar terhadap seluruh kelangsungan hidup dan aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, tidak hanya masyarakat Indonesia melainkan seluruh dunia. Salah satu industri yang terdampak adalah Industri Pariwisata yang merupakan salah satu peluang usaha dan peluang kerja bagi sebagian besar masyarakat, juga merupakan industri yang memberikan kontribusi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi pada suatu negara (Assaf & Scuderi, 2020). Didukung dengan Kontribusi Pariwisata Indonesia terhadap PDB, dengan data sebagai berikut :

TABEL 1
Kontribusi Pariwisata terhadap PDB tahun 2015-2018

INDIKATOR	2015		2016		2017		2018	
	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI	TARGET	REALISASI
Kontribusi pada PDB Nasional (%)	4,23	4,25	4,50	4,13	5	4,11	5,25	5,25
Devisa (Triliun RP)	144	175,71	172	176,23	182	198,89	223	229,50
Jumlah Tenaga Kerja (Juta Orang)	11,4	10,36	11,8	12,28	12,0	12,60	12,6	12,7*
Indeks Daya Asing (WEF)	#50	#50	n.a	n.a	#40	#40	n.a	n.a
Wisatawan Mancanegara (Juta Orang)	10	10,23	12	11,52	15	14,04	17	15,81
Wisatawan Perjalanan (Juta Perjalanan)	255	256,42	260	264,33	265	270,82	270	302,4

Sumber : (Kemenparekraf, 2020)

Berdasarkan data pada Tabel 1, dengan jelas bahwa Industri Pariwisata memberikan dampak dan kontribusi besar bagi Perekonomian Indonesia dilihat dari adanya peningkatan jumlah devisa dari tahun 2015 yaitu sebesar 175,71

triliun rupiah menjadi 229,50 triliun rupiah pada tahun 2018. Pandemi ini mengharuskan masyarakat yang bergerak dalam bidang Industri Pariwisata untuk memiliki inovasi dan ide-ide terbaru dalam mempertahankan juga mengembangkan Industri Pariwisata dalam menghadapi ancaman dari pandemi ini.

Menurut *United Nations World Tourism Organization* dalam (Dinas Pariwisata Kabupaten Bone, 2019)., bahwa Pariwisata meliputi akomodasi, kegiatan pelayanan makanan dan minuman, angkutan, agen perjalanan wisata, kegiatan budaya dan lainnya. Kegiatan pelayanan makanan dan minuman dalam istilah asing disebut dengan *food and beverage service*, yang meliputi restoran, kedai, *café*, dan lainnya. Kebersihan, keserasian, keseimbangan, ketepatan dan juga keindahan adalah prinsip dasar dari *food and beverage service* yang berkaitan juga dengan adanya pramusaji, tempat, peralatan yang memadai, dan juga menu yang disediakan.

Salah satu kedai dalam *food and beverage service* adalah Warung Tegal atau yang lebih dikenal dengan nama Warteg. Seperti namanya, bahwa Warteg berasal dari Tegal Jawa Tengah tepatnya Desa Sidakaton dan Sidapurna.

Dalam usaha kuliner sendiri pun, adanya dua kategori besar yang perlu diketahui, sebagai berikut:

1. *Food Services*

Fokus terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan sifat produknya layanan yang bergerak dalam melayani makanan cepat saji. Contohnya adalah restoran, warteg, *food truck*, *coffee shop*, warung kaki lima dan lainnya.

2. *Food Retail*

Fokus kepada jangkauan lokasi distribusi dimana produk makanan dikonsumsi, untuk sifat produknya sendiri merupakan makanan yang tahan lama seperti *frozen food* dan produk kemasan.

Menurut (Putro, 2020) Warteg merupakan bagian dari *food services* yang didukung berdasarkan pemaparan diatas. Tidak hanya sebagai kebutuhan semata, melainkan dapat menjadi sebuah sarana pengalaman saat menikmati Warteg karena adanya sistem pelayanan di dalam Warteg.

Kebutuhan yang dimaksudkan adalah kebutuhan dasar bagi seluruh manusia yang dijelaskan Abraham Maslow melalui buku yang berjudul *A Theory of Human Motivation* oleh (Stoyanov, 2017). Memaparkan bahwa kebutuhan dasar manusia tersusun atas sebuah hierarki yang perlu dipenuhi. Salah satu kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisiologis, yang merupakan kebutuhan paling dasar atau primer bagi seluruh manusia. Kebutuhan ini adalah seperti sandang, pangan, dan papan bagi manusia. Dalam pemenuhan kebutuhan pangan maka diperlukannya sebuah penyediaan layanan makanan dan minuman, hal ini dapat tercapai melalui adanya Warteg.

Warteg sendiri adalah tempat makan yang berada di pinggir jalan dengan menyajikan makanan khas Jawa dengan harga yang terjangkau (MasterCard-CrescentRating, 2021). Menu yang disediakan biasanya adalah makanan rumahan dan sangat beragam dengan penyediaan 10 sampai 18 lauk berbeda, karena sasaran utama atau pasar dari Warteg sendiri adalah biasanya masyarakat kalangan bawah hingga menengah sesuai dengan kisaran harga yang ditetapkan. Menu makanan yang akan sering dijumpai pada Warteg adalah seperti ayam goreng, tempe orek, tahu goreng, ikan goreng, telur dadar, sayur-sayuran dan

segala menu makanan yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia. Pengelolaan dari Warteg biasanya dijalankan oleh sedikit orang yaitu sekitar tiga sampai empat orang didalamnya, yang sudah mencakup keseluruhan pengoperasian Warteg. Keberadaan Warteg di Indonesia sendiri sudah tersebar di seluruh Indonesia, tetapi saat ini tidak hanya di Indonesia bahkan sudah sampai ke rancah mancanegara (Asytuti, 2015). Jam operasional untuk Warteg biasanya dari pukul 05.00 WIB sampai dengan pukul 23.00 WIB bahkan ada saja Warteg yang buka selama 24 jam, tetapi hal tersebut kembali lagi kepada peraturan dari Warteg masing-masing. Dalam kesehariannya Warteg tidak pernah tutup atau dengan kata lain buka selama satu minggu dari hari Senin hingga hari Minggu. Dalam (Asumsi, 2021) dikatakan bahwa Warteg bernuansa biru yang merupakan simbol dari kepemilikan Warteg untuk ingat kepada kampung halamannya. Warteg sendiri memiliki harga yang sangat terjangkau karena penggunaan bumbu yang tidak sebanyak dari warung atau tempat makan lainnya.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *MasterCard* yang bekerjasama dengan *The National Committee for Islamic Economy and Finance* dalam *Halal Food Lifestyle Indonesia 2021*. Memberikan hasil dengan jumlah responden terbanyak adalah dari masyarakat kalangan Generasi Z dan Generasi Millennial bahwa lebih dari 70% responden tersebut mengkonsumsi makanan khas Jawa. Dimana makanan khas Jawa tersebut lebih banyak dikonsumsi di Warung Tegel atau Wateg (*MasterCard-CrescentRating, 2021*).

Penyebaran warteg yang sudah semakin mendunia menjadikan Kota Tangerang sebagai salah satu daerah yang memiliki berbagai pendirian warteg. Kota Tangerang yang merupakan Kota Seribu Industri, berbasis masyarakat

dengan ekonomi kreatif untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara merata. Berikut adalah tabel data jumlah penduduk Kota Tangerang berdasarkan kecamatan, sebagai berikut:

TABEL 2
Jumlah Penduduk Kota Tangerang Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah Penduduk Kota Tangerang berdasarkan Data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Jiwa)					
	Laki-Laki		Perempuan		Laki-Laki dan Perempuan	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Ciledug	66.644	68.544	66.019	67.981	132.663	136.525
Larangan	71.421	72.047	71.186	71.887	142.607	143.934
Karang Tengah	53.723	54.464	53.112	53.941	106.835	108.405
Cipondoh	101.024	102.466	99.620	101.415	200.644	203.881
Pinang	82.867	84.817	81.368	83.660	164.235	168.477
Tangerang	75.570	77.210	74.709	76.583	150.279	153.793
Karawaci	91.646	93.035	89.683	91.181	181.329	184.216
Jatiuwung	53.956	53.570	50.944	50.849	104.900	104.419
Cibodas	73.196	74.762	72.584	74.430	145.780	149.192
Periuk	67.711	68.405	65.513	66.336	133.224	134.741
Batu Ceper	45.694	45.843	44.021	44.210	89.715	90.053
Neglasari	57.175	58.883	54.634	56.279	111.809	115.162
Benda	40.115	39.904	38.469	38.390	78.584	78.294

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Tangerang (2021)

Berdasarkan data tabel diatas, maka disimpulkan bahwa kecamatan dengan jumlah penduduk terbesar di Kota Tangerang adalah Kecamatan Cipondoh. Berluas $19,39km^2$ atau sebesar 1.938,1 Ha yang terbagi atas sepuluh kelurahan dengan 659 Rukun Tetangga atau RT dan 106 Rukun Warga atau RW. Jumlah RT

terbanyak ada di Kelurahan Cipondoh Indah, sedangkan jumlah RW terbanyak ada di Kelurahan Poris Plawad Indah. Jumlah penduduk laki-laki di Kecamatan Cipondoh lebih besar dari pada jumlah penduduk perempuan. Dengan nilai rasio jenis kelamin sebesar 102,52%. Kemudian, kepadatan penduduk Kecamatan Cipondoh sebesar 17.024 orang per km². Hal ini tentu saja menjadi sebuah acuan untuk lebih menyediakan sarana untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat dilihat dari begitu banyaknya masyarakat yang hidup di daerah setempat.

GAMBAR 1
Peta Wilayah Kecamatan Cipondoh



Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Kecamatan Cipondoh pada tahun 2019 memiliki penduduk sejumlah 330.088 jiwa dengan 72.007 rumah tangga. Banyaknya penduduk laki-laki adalah 160.161 jiwa dan penduduk perempuan adalah 156.355 jiwa. Secara keseluruhan kepadatan penduduk di Kecamatan Cipondoh adalah 100,481 jiwa/km², dengan tingkat kepadatan tertinggi ada di Kelurahan Cipondoh Indah yang mencapai 14.982 jiwa/km².

TABEL 3
Jumlah Rumah Tangga, Penduduk dan Rata-Rata Anggota Rumah Tangga di Kecamatan Cipondoh Per Kelurahan tahun 2019

Kelurahan	Rumah Tangga	Penduduk		Jumlah	Rata-Rata Anggota Rumah Tangga
		Laki-Laki	Perempuan		
Poris Plawad Indah	7.714	15.644	16.180	31.824	4.13
Cipondoh	7.489	16.546	16.143	32.690	4.37

TABEL 3

Jumlah Rumah Tangga, Penduduk dan Rata-Rata Anggota Rumah Tangga di Kecamatan Cipondoh Per Kelurahan tahun 2019 (Lanjutan)

Kelurahan	Rumah Tangga	Penduduk		Jumlah	Rata-Rata Anggota Rumah Tangga
		Laki-Laki	Perempuan		
Kenanga	4.304	11.179	10.481	21.660	5.03
Gondrong	6.409	15.475	14.313	29.787	4.65
Petir	8.704	22.110	21.659	43.769	5.03
Ketapang	5.934	16.988	16.059	33.047	5.57
Cipondoh Indah	10.023	23.855	24.306	48.161	4.81
Cipondoh Makmur	9.560	20.350	20.043	40.393	4.23
Poris Plawad Utara	6.572	15.558	14.880	30.438	4.63
Poris Plawad	5.131	9.390	8.928	18.318	3.57
Jumlah	72.007	167.095	162.993	330.088	4.58

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data diatas, maka disimpulkan bahwa Kota Tangerang merupakan salah satu kota yang memiliki banyak penduduk. Banyak penduduk akan mempengaruhi kebutuhan yang diperlukan juga, dimana akan semakin tinggi mengikuti jumlah dari penduduk tersebut.

Salah satu kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat adalah berupa makanan dan minuman, yang dapat dicapai dengan adanya restoran. Berdasarkan (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang, 2020a) jumlah rumah makan atau restoran yang didirikan di Kota Tangerang mengalami peningkatan tiap tahunnya. Dengan tahun 2018 sebanyak 241 rumah makan, tahun 2019 sebanyak 351 rumah makan dan tahun 2020 sebanyak 370 rumah makan. Sehingga memberikan peluang besar untuk mendirikan usaha makanan dan minuman di Kota Tangerang.

Ditengah kondisi pandemi seperti ini, produk makanan dan minuman yang dicari adalah produk dengan harga yang terjangkau dan menjangkau hingga kalangan bawah masyarakat. Produk makanan dan minuman tersebut mampu didapat dengan Warteg. Berasal dari Tegal, yang tujuan utama pendiriannya

adalah sebagai bentuk kemandirian. Dengan ruangan warteg yang cenderung kecil dan terbatas, tetapi warteg berhasil meraih keuntungan besar dan melebarkan sayapnya, dibuktikan dengan berbagai pendirian Warteg diberbagai belahan tempat (Asytuti, 2015). Biasanya Warteg merupakan usaha turun temurun dari keluarga asal Tegal, mereka hidup di sebuah pedesaan sehingga ingin sekali berkehidupan lebih baik di Kota, maka dari itu bisa dilihat dari banyaknya Warteg yang berdiri di Jakarta. Hal ini juga dikarenakan perkotaan cenderung lebih maju yang diharapkan dapat memberikan keuntungan lebih bagi warga desa Tegal saat pindah ke kota sekaligus untuk mendirikan sebuah Warteg. Tidak memungkiri akan adanya warteg yang berdiri di Kecamatan Cipondoh, berikut adalah daftar warteg yang berdiri di Kecamatan Cipondoh, sebagai berikut:

TABEL 5
Warteg di Cipondoh, Kota Tangerang

No.	Nama Warteg	Lokasi
1	Warteg Bahari	Jl. KH Hasyim Ashari No.4, RT.001/RW.010, Cipondoh, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122
2	Warteg Azzahra Cipondoh	Jl. Maulana Hasanudin No.41, RT.005/RW.003, Cipondoh Makmur, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122
3	Warteg Anda	Jl. Gelora Raya No.19, RT.003/RW.010, Cipondoh Makmur, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148
4	Warteg Bahari 99	Jl. Maulana Hasanudin, RT.006/RW.003, Cipondoh Makmur, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122
5	Warteg Ibu Ani	Jl. Kh. Mustofa, RT.003/RW.004, Poris Plawad Utara, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122
6	Warteg Berkah	Jalan Ketapang Dongkal Rt 01/03, Ketapang, Cipondoh, RT.003/RW.004, Ketapang, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15147

TABEL 5
Warteg di Cipondoh, Kota Tangerang (Lanjutan)

7	Warteg Sela	Jl. Maulana Hasanudin, RT.001/RW.002, Cipondoh Makmur, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15122
8	Warteg Berhias	Jl. Irigasi Kampung Dangkal, RT.002/RW.005, Kenanga, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148
9	Warteg Haikal	Ruko Poris Paradise, Jl. Poris Indah Blok B11 No.5, RT.007/RW.4, Cipondoh Indah, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148
10	Warteg Afifah	Jl KH Hasyim Ashari Rt 01 Rw 04 Poris Plawad Cipondoh Cipondoh, RT.002/RW.016, Poris Plawad Indah, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15145

Sumber : Hasil Olahan Data (2021)

Tentu masih banyak sekali warteg yang berdiri di Cipondoh, Kota Tangerang, hal ini membuktikan bahwa warteg menjadi sebuah aspek penting dalam pelayanan makanan dan minuman untuk menunjang kebutuhan manusia. Dengan harga yang terjangkau, menu yang beragam, serta kemudahan ditemukan Warteg di berbagai lokasi menjadikan warteg unggul dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Selain itu, penyajian dari warteg tidak membutuhkan waktu yang lama karena makanan yang disediakan adalah siap santap yang sudah dimasak terlebih dahulu, kemudian dipajang dalam etalase agar pengunjung dapat melihat terlebih dahulu makanan yang hendak dipilih. Terlebih penting adalah Warteg dapat dijangkau oleh masyarakat kalangan bawah untuk pemenuhan kebutuhan sehari-harinya dalam kebutuhan makanan dan minuman (Asytuti, 2015).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa pandemi memberikan dampak besar bagi masyarakat Indonesia, salah satunya adalah Industri Pariwisata. Warteg yang termasuk kedalam pelayanan makanan dan minuman juga tentu

berdampak karena adanya pandemi ini. Dalam (Bestari, 2021) pada artikel Tempo dijelaskan bahwa hampir sekitar 20.000 unit warteg terancam tutup akibat ketidakmampuan dalam membayar biaya sewa tempat. Pandemi ini mengharuskan masyarakat untuk tinggal di rumah jika tidak adanya keperluan yang mendesak (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2020). Selain itu banyak masyarakat yang enggan keluar rumah akibat khawatir terjangkit virus COVID-19 ini. Tentu saja hal ini baik dilakukan bagi masyarakat dalam penanggulangan COVID-19, tetapi disisi lain akan adanya pihak-pihak yang dirugikan seperti warteg. Tidak adanya konsumen yang datang sehingga tidak adanya pendapatan menjadikan banyak sekali warteg yang tidak mampu bertahan (Bestari, 2021). Untuk itu, jelas warteg harus melakukan inovasi atau ide terbaru dalam beradaptasi dengan kehidupan bersamaan dengan pandemi yang sedang berlangsung ini.

Inovasi tersebut adalah dengan menggunakan *food truck*. Warteg dapat melakukan inovasi dengan berjualan melalui *food truck*. Merupakan hal yang sangat kreatif dan inovatif untuk dilakukan. Keberadaan *food truck* sudah semenjak abad 17 yang semakin dikenal pada tahun 2008 di Los Angeles. Untuk Indonesia sendiri *food truck* mulai berdiri pada tahun 2013 di Jakarta (Susilaningsih & Sakuntalawati, 2018). Tidak terlepas untuk Kecamatan Cipondoh sendiri sudah memiliki *food truck* walau jumlahnya belum banyak. Berikut adalah beberapa *food truck* yang tersedia di Kecamatan Cipondoh, yaitu:

TABEL 6
Food Truck di Cipondoh, Kota Tangerang

No.	Nama	Lokasi
1	Bakso Afung	Jl. KH Hasyim Ashari No.93, RT.002/RW.003, , Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148

TABEL 6*Food Truck* di Cipondoh, Kota Tangerang (Lanjutan)

2	J.Co Donut	Jl. KH Hasyim Ashari No.93, RT.002/RW.003, Poris Plawad Utara, Kec. Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15148
---	------------	--

Sumber : Data Analisis (2021)

Food Truck menurut (Susilaningsih & Sakuntalawati, 2018) dalam Panduan

Pendirian Usaha *Food Truck* yang diterbitkan oleh Badan Ekonomi Kreatif adalah kegiatan menjual makanan dan juga minuman dengan penggunaan media kendaraan roda empat yaitu mobil dengan melakukan modifikasi untuk mampu menyerupai dapur beserta dengan peralatan untuk pengoperasiannya. Kelebihan dari *food truck* ini tentu sangatlah banyak sehingga sekarang ini sudah banyak pengusaha yang melakukan inovasi menggunakan *food truck*, kelebihan dari *food truck* sendiri antara lain sebagai berikut :

1. Praktis dan efektif untuk berpindah-pindah tempat
2. Mengurangi pengeluaran biaya, karena tidak perlu adanya biaya sewa tempat
3. Mampu meraih lebih banyak konsumen dari berbagai tempat
4. Sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang ditantang untuk semakin maju dan kreatif

Inovasi Warteg menggunakan *food truck* diharapkan memberikan keuntungan besar dengan memberikan kemudahan bagi masyarakat Indonesia. Maka dari itu, inovasi warteg menggunakan *food truck* yaitu dengan pendirian usaha Warteg Keliling, mampu menjadi sebuah gagasan hebat untuk dapat dilaksanakan. Tidak hanya menguntungkan bagi masyarakat Indonesia dalam bersama-sama menghadapi pandemi, mengurangi kemiskinan, juga agar dapat mencakup kalangan masyarakat bawah, tetapi juga membantu masyarakat yang

melakukan usaha kreatif dari warteg. Selain itu, Warteg Keliling merupakan sebuah sarana pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman masyarakat dengan harga yang terjangkau tetapi dapat memberikan kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan tersebut.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Penulisan Studi Kelayakan Bisnis ini sudah pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai di dalamnya, tujuan tersebut adalah untuk menentukan dan menganalisis Warteg Keliling ini layak atau tidak untuk dijalankan. Dimana tujuan-tujuan tersebut dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu :

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek ini diharapkan mampu untuk menganalisis permintaan dan penawaran pasar, menganalisis segmentasi dan target sasaran pasar, menganalisis posisi bisnis dalam pasar, menganalisis bauran pemasaran dan menganalisis bidang-bidang seperti bidang ekonomi, politik, sosial, lingkungan hidup, dan teknologi yang terkait dengan bisnis yang dijalankan.

b. Aspek Operasional

Dalam aspek ini diharapkan mampu untuk menganalisis pemilihan lokasi, menganalisis penggunaan teknologi yang tepat, dan menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas yang dibutuhkan oleh Warteg Keliling.

c. Aspek Organisasi atau Sumber Daya Manusia

Dalam aspek ini diharapkan mampu untuk menganalisis struktur dan organisasi sumber daya manusia sesuai dengan tanggung jawab dan keahliannya masing-masing, dan menganalisis pengembangan sumber daya manusia agar sesuai dengan kualitas yang ditetapkan oleh Warteg Keliling. Selain itu, diharapkan juga untuk menyediakan kesempatan kerja, menaikkan pendapatan daerah, dan sebagai sumber inspirasi masyarakat dan sebagai bahan penelitian untuk akademik di masa depan.

d. Aspek Finansial

Dalam aspek ini diharapkan mampu menganalisis dana yang dibutuhkan, menganalisis laba dan rugi, menganalisis investasi, dan menganalisis resiko dalam keuangan yang mungkin terjadi.

Diharapkan dengan adanya analisis-analisis diatas, dapat membantu sebuah bisnis dalam perencanaan guna mempermudah dalam pekerjaannya, mengatasi risiko yang mungkin terjadi dikemudian hari, dan juga adanya proses pengendalian tepat untuk dilakukan. Analisis-analisis tersebut juga dapat membantu bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, juga mencapai kesuksesan dalam jangka waktu yang panjang.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Tujuan-tujuan lain yang diharapkan dicapai oleh bisnis Warteg Keliling sebagai berikut :

- a. Membantu pemerintah dan masyarakat Indonesia dalam menghadapi pandemi COVID-19.

- b. Mengurangi penderitaan masyarakat atas kemiskinan yang melanda akibat pandemi dan juga meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat
- c. Menciptakan inovasi terbaru untuk usaha Warteg dengan Warteg Keliling menggunakan *food truck*.
- d. Mempertahankan usaha berkelanjutan dari Warteg di tengah-tengah pandemi seperti ini.
- e. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di tengah pandemi seperti ini, karena sulitnya mencari lapangan pekerjaan disaat-saat seperti ini.

C. Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian memegang peran penting dalam sebuah penelitian, gunanya adalah untuk mencari informasi baik berupa data dan lainnya yang dapat digunakan untuk pemecahan sebuah masalah dan juga mengetahui kelayakan dari bisnis yang hendak dijalankan.

1. Tipe Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif untuk hasil yang lebih jelas. Menurut (Sugiyono, 2016), pendekatan kuantitatif adalah berfokus kepada pengumpulan, pengolahan serta hasil yang didapat dengan berupa angka-angka atau berlandaskan filsafat positivisme. Sedangkan, untuk pendekatan kualitatif adalah berlandaskan filsafat postpositivisme yang melakukan deskripsi terhadap sesuatu yang diteliti dengan menggunakan metode ilmiah.

2. Populasi dan Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) adanya beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam penentuan sampel, adalah sebagai berikut :

a. Populasi

Populasi merupakan suatu kelompok orang-orang, kejadian atau segala hal yang ingin diteliti dan akan dibuat simpulannya. Menentukan populasi dengan batas geografis atau tempat juga waktunya. Dalam penelitian *Food Truck* Warteg Keliling ini sendiri target populasinya adalah seluruh masyarakat Cipondoh di Kota Tangerang.

b. *Sample Frame*

Sample frame dalam penelitian studi kelayakan bisnis Warteg Keliling adalah responden laki-laki atau perempuan tanpa batasan kisaran usia tetapi lebih kepada kisaran umur 15 tahun keatas, agar mendapatkan hasil yang lebih bijak sebagai responden, selain itu yang berlokasi di daerah sekitar Cipondoh, Kota Tangerang dengan berbagai jenis status pekerjaan yang beragam.

c. *Sample Size*

Dalam menentukan jumlah responden yang diperlukan dalam pengisian kuesioner menurut (Hair, Black, & Babin, 2010) dengan sebanyak jumlah pertanyaan pada kuesioner dikalikan dengan lima. Dalam studi kelayakan bisnis ini memiliki pertanyaan kuesioner sebanyak 32 pertanyaan, sehingga dibutuhkan minimal 160 responden. Sebagai antisipasi terhadap data responden yang tidak sah, maka akan mengumpulkan responden sebanyak 170 responden.

d. *Sampling Design*

Menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang kepada setiap unsur untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Dikatakan *random* karena setiap unsur di populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai subyek untuk menjadi sampel penelitian. Tetapi karena adanya keterbatasan waktu dan sumber daya, maka penelitian ini akan mengambil sampel sejumlah dengan variabel penelitian dikalikan dengan lima (Hair, Black, Babin, *et al.*, 2010).

e. Eksekusi Proses Sampel

Dalam eksekusi proses sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), skala *likert* digunakan untuk mengukur seberapa setuju atau tidak setuju responden terhadap pernyataan yang diberikan. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif, sebagai contoh:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Cenderung Tidak Setuju (CTS)

4 = Cenderung Setuju (CS)

5 = Setuju (S)

6 = Sangat Setuju (SS)

3. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie,2016:38), data primer adalah sebuah data yang didapat langsung dari sumber utama atau pertama. Hal ini dapat dilakukan dengan kuesioner dan observasi.

1) Kuesioner

Sebuah kumpulan pernyataan tertulis yang telah diformulasikan sebelumnya dan ditujukan kepada responden (Sekaran & Bougie, 2016) Pada umumnya dalam jumlah banyak. Sampel merupakan bagian dari suatu populasi yang terdiri dari beberapa orang yang dipilih (Sekaran & Bougie, 2016). Metode *sampling* digunakan karena sampel dapat memberikan hasil yang lebih dapat diandalkan dan dapat menghemat dari sisi waktu, biaya, dan tenaga kerja yang diperlukan. Untuk *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang kepada setiap unsur untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Dikatakan *random* karena setiap unsur di populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai subyek untuk menjadi sampel penelitian. Sedangkan *non-probability sampling* menurut (Sekaran & Bougie, 2016:247), adalah pengambilan sampel secara acak.

2) Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), adalah sebuah pengamatan, pencatatan dan analisis terhadap peristiwa dan tindakan yang mendukung penelitian ini.

b. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016:37), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti lain untuk tujuan lain selain studi saat ini. Data ini dapat berupa buku, artikel, jurnal, statistik, lembaga pemerintahan dan sumber lainnya yang mendukung.

1) Kajian Pustaka

Dilakukan untuk mendapatkan data-data sekunder yang biasanya berupa sumber buku, jurnal dan lainnya.

2) Internet atau *Website*

Mencari berbagai sumber informasi dan referensi dengan menggunakan sarana internet dan *website* yang biasanya informasi tersebut didapat dari jurnal elektronik, media *website* dan lainnya.

3) Publikasi Pemerintah

Dalam sebuah penelitian sangat diperlukan data publikasi yang valid, hal ini didapatkan melalui publikasi yang dilakukan pemerintah langsung. Salah satu contohnya adalah Badan Pusat Statistik atau BPS dan juga bisa melalui publikasi yang dikeluarkan oleh kementriaan.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016:292), uji validitas adalah uji yang dapat ditetapkan ketika ada sumber yang berbeda menanggapi sumber yang berukuran sama. Yang merupakan sebuah tes tentang seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang akan diukur. *Convergenet validity* digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi antara dua variabel terhadap konsep yang sama. Pengambilan keputusan untuk

mengukur validitas yaitu kuisioner dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan kuisioner dianggap tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$. Kemudian, untuk uji reliabilitas menurut (Sekaran & Bougie, 2016:223) reliabilitas adalah kendala pengukuran dalam menunjukkan sejauh mana hal itu tanpa bebas dari sebuah kesalahan dan memastikan pengukuran tersebut konsisten sepanjang waktu dalam instrumen. Pengujian reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil dari pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi, apabila pengukuran dilakukan lebih dari dua kali atau lebih dalam waktu yang berbeda.

D. Tinjauan Konseptual mengenai Bisnis Terkait

1. Industri Pariwisata

Menurut (Utama, 2016) adalah salah satu industri terbesar yang terus menerus memberikan pertumbuhan secara konsisten dari tahun ke tahun. Objek material dari Industri Pariwisata sendiri dikelompokkan menjadi tujuh, yaitu Jasa Akomodasi, Jasa Penyediaan Makanan dan Minuman, Jasa Transportasi Wisata, Jasa Pemanduan dan Biro Perjalananan Wisata, Jasa Pagelaran Budaya, Jasa Rekreasi dan Hiburan, serta Jasa Keuangan Pariwisata. Industri Pariwisata tentu sangat erat kaitannya dengan wisatawan melalui tempat dan jarak, juga erat kaitannya dengan dimensi industri atau bisnis, dan yang terakhir adalah dimana Pariwisata sebagai dimensi sosial budaya dan akademis.

2. Jasa Penyediaan Makanan dan Minuman

Menurut (Utama, 2016) memiliki fungsi dasar untuk melayani makanan dan minuman sebagai pemenuhan kebutuhan manusia, dengan tujuan

untuk mencapai kepuasan pelanggan. Jasa Penyediaan Makanan dan Minuman atau yang disebut juga dengan *Food and Beverage Service* merupakan sebuah *food flow* dimana adanya pembelian produk berupa makanan atau minuman dari pelanggan dan akan diberikan melalui pelayanan.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut (J. . Walker, 2011) klasifikasi restoran dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Quick Service Restaurant*

Restoran yang menyediakan hidangan dengan sistem siap saji dengan menu yang terbatas. Restoran jenis ini melayani tamunya dengan sistem dimana tamu memesan makanannya di kasir dan tamu akan mengambil makanannya sendiri untuk dibawa ke meja. Singkatnya disebut dengan *fast food*, dimana penyajiannya sudah tersedia. Dalam hal *fast food* biasanya lebih dikenal melalui MCD atau KFC saja, padahal warteg dan nasi adang termasuk juga kedalam *fast food*.

b. *Quick Casual Restaurant*

Restoran yang menyediakan hidangan dengan sistem siap saji tetapi menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas, dengan dekorasi restoran yang menarik dan menjadi daya tarik bagi restoran itu sendiri.

c. *Casual Restaurant*

Restoran yang mengikuti trend atau gaya hidup yang tengah populer dikalangan masyarakat. Baik dekorasi dan menu dari makanan serta

minuman adalah sesuatu yang baru yang sedang populer dikalangan masyarakat.

d. Family Restaurant

Restoran yang menyediakan makanan dan minumannya dapat diterima oleh seluruh jenis kalangan usia masyarakat baik itu anak-anak sampai orang tua. Para pelayan yang bekerja biasanya adalah pelayan yang ramah dan bersifat kekeluargaan agar memberikan kenyamanan terhadap tamu yang datang.

e. Fine Dining Restaurant

Restoran yang bersifat formal dan memiliki *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ketat dan harus dipatuhi. Dengan bahan baku dan dekorasi dari sumber yang berkualitas tinggi, sehingga jelas sekali klasifikasi restoran ini memiliki harga yang relatif mahal.

f. Ethnic Restaurant

Restoran yang menyediakan menu makanan dan minumannya dari berbagai macam negara atau wilayah tertentu.

g. Theme Restaurant

Restoran dengan memiliki suatu tema tertentu, biasanya lebih menekankan untuk memberikan pengalaman berbeda yang dapat dirasakan oleh tamu. Pengalaman tersebut diharapkan adalah pengalaman yang dapat membuat tamu terpukau dan tidak mudah melupakan pengalaman yang diberikan oleh restoran.

h. Coffee Shops

Restoran dengan kopi sebagai menu utamanya. Disamping itu, restoran ini juga menyediakan menu tambahan seperti makanan ringan sebagai seperti teman untuk menikmati kopi.

i. Sandwich Shops

Seperti namanya maka restoran ini menjual satu menu utama saja yaitu *Sandwich* atau Roti Lapis. Biasanya ada menu tambahan lain, tetapi hanya seperti pilihan jenis roti, isian, olesan, sup dan juga minuman yang disediakan.

j. Seafood Restaurant

Restoran yang menyediakan hidangan laut, seperti ikan, cumi-cumi, udang, lobster, kepiting, kerang dan lainnya.

k. Steakhouses

Restoran yang hanya menyediakan hidangan *steak*, tetapi juga menyediakan menu pendamping yang cukup beragam.

l. Chef Owned Restaurant

Restoran itu biasanya memiliki satu orang sebagai pemilik sekaligus bekerja atau turun tangan langsung dalam pengoperasian restoran. Biasanya adalah mereka yang mempunyai pengalaman dalam bidang restoran ini.

m. Centralized Home Delivery Restaurant

Restoran dengan sistem jasa antar dan tidak memiliki ruangan untuk makan di tempat. Pemesanan biasanya melalui telepon atau *website*, yang dimana pesanan tersebut akan diantarkan oleh kurir menuju lokasi pelanggan. Salah satu contoh yang sudah populer adalah PHD

yang merupakan bagian dari Pizza Hut tetapi menerapkan restoran dengan sistem jasa antar.

Selain itu, menurut (Waryono, 2018) klasifikasi restoran dapat dibagi sebagai berikut:

a. *A La Carte Restaurant*

Restoran yang menjual hidangan makanan dan menu lainnya secara lengkap dengan harga dari tiap makanan akan berbeda-beda. Restoran seperti ini memberikan kemudahan untuk tamu dalam memilih makanan yang dikehendaki.

b. *Table D'hote Restaurant*

Restoran yang menghidangkan menu makanan lengkap dari menu pembuka hingga penutup atau lebih dikenal dengan menu *table d'hote*.

c. *Cafeteria atau Café*

Restoran yang biasanya berukuran kecil dengan menyediakan menu hidangan seperti kue, roti lapis, kopi, teh dan lainnya. Restoran seperti ini memiliki keterbatasan dalam variasi menu dan juga tidak menyediakan alkohol.

d. *Coffee Shop atau Brasserie*

Restoran ini biasanya berada di dalam sebuah hotel dengan fungsinya sebagai tempat bagi tamu untuk melakukan makan pagi, makan siang, hingga makan malam.

e. *Dining Room*

Restoran ini biasanya berada di dalam sebuah hotel yang terbuka bagi seluruh tamu hotel dan juga untuk tamu yang datang dari luar hotel.

f. *Canteen*

Restoran yang biasanya berada di pusat industri seperti perkantoran, pabrik dan bahkan sekolah dengan fungsinya sebagai tempat makan siang.

g. *Speciality Restaurant*

Restoran yang seluruh dekorasi hingga pelayanannya berdasarkan tema dari negara yang diusung. Menu makanan yang tersedia juga berasal dari tema negara yang dipilih, misalnya makanan khas Jepang, makanan khas Itali dan lainnya.

h. *Food Truck*

Restoran yang pengoperasiannya menggunakan mobil, dimana menjual berbagai hidangan makanan dan minuman. Restoran seperti ini akan lebih mudah dalam berpindah-pindah tempat dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan diberbagai tempat.

i. *Family Type Restaurant*

Restoran yang menyediakan menu makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan usia dengan penetapan harga yang terjangkau.

j. *Inn Tavern*

Restoran yang letaknya di pinggiran kota dengan menu makanan sederhana dan harga yang terjangkau.

k. *Pizzeria*

Restoran yang menu makanan utamanya adalah *pizza*, dan memiliki menu tambahan pelengkap lain seperti spageti.

l. *Continental Restaurant*

Restoran yang menyediakan hidangan *continental* pilihan dengan pelayanan *elaborate* atau megah.

m. *Carvery*

Restoran yang menu makanannya dilakukan melalui proses pemanggangan, biasanya restoran ini berada di dalam sebuah hotel.

n. *Discotheque*

Restoran yang memiliki bar sebagai fasilitas utamanya. Restoran ini dilengkapi juga dengan *live band* sehingga para tamu dapat menikmati hidangan dengan musik dan juga tarian.

o. *Fish and Chip Shop*

Restoran yang menyediakan hidangan ikan yang digoreng dilengkapi dengan berbagai menu kripih.

p. *Grill Room (Rotisserie)*

Disebut juga *steak house*, dimana restoran ini menyediakan berbagai hidangan daging panggang. Tamu bebas memilih pilihan daging yang hendak dihidangkan.

q. *Night Club atau Super Club*

Restoran yang jam operasionalnya dimulai menjelang larut malam, dengan dekorasi mewah dan pelayanan yang megah.

r. *Pancake House*

Restoran yang menu makanannya berupa *pancake* atau *crepe* dengan berbagai tambahan *filling* atau olesan yang bervariasi.

s. *Pub*

Restoran yang memiliki izin penuh untuk menjual hidangan beralkohol.

t. *Snack Bar atau Milk Café*

Restoran yang biasanya menghadirkan makanan cepat saji dengan harga yang relatif murah. Menu makanannya adalah seperti *burger*, *sandwich* dan lainnya. Biasanya tamu memesan di kasir, kemudian pelayan menempatkan makanan di atas baki lalu membawanya sendiri ke meja makana.

u. *Terrace Restaurant*

Bagian dari hotel yang terletak di luar hotel, konsepnya adalah ruang terbuka.

v. *Gourmet Restaurant*

Restoran yang target pasarnya adalah orang-orang yang berpengalaman luas dalam bidang rasa makanan dan minuman. Restoran seperti ini memiliki dekorasi yang mewah dan juga harga yang tinggi.

w. *Main Dinning Room*

Restoran yang menjadi ruang utama bagi sebuah hotel, biasanya bersifat formal.

4. *Single Point Service*

Layanan dimana tamu melakukan pemesanan, pembayaran dan pengambilan makanan pada area yang telah disediakan oleh layanan makanan dan minuman tersebut.

5. *Food Services*

Menurut (Putro, 2020) adalah fokus terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, untuk sifat produknya sendiri merupakan makanan cepat saji. Contohnya adalah Restoran, Warteg, *Food Truck*, *Coffee Shop*, Warung Kaki Lima dan lainnya.

6. Warteg

Berasal dari kata Warung dan Tegal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Warung adalah suatu tempat yang tidak terlalu besar biasanya tempat orang menjajakan sesuatu berupa makanan, minuman, kelontong dan sebagainya. Menurut (Asytuti, 2015) adalah bentuk usaha gastronomi berskala mikro yang berada di wilayah urban atau perkotaan.

7. Sejarah Warteg

Seperti namanya yaitu Warung Tegal, maka asal muasal Warteg adalah berasal dari Tegal. Desa Sidapurna, Desa Sidakaton, dan Desa Krandon adalah tiga desa yang mengelola Warteg secara bergantian. Warteg sendiri berdiri di Jakarta sekitar tahun 1950, dari sinilah mulai begitu banyaknya Warteg yang didirikan hingga saat ini. Merupakan usaha turun temurun bagi masyarakat Tegal. Melakukan perpindahan dari desa ke kota beralaskan keinginan untuk lebih maju dari berbagai aspek seperti pendidikan dan teknologi. Diutamakan untuk aspek pendidikan, karena di desa Tegal sendiri kurangnya sekolah atau sarana pendidikan yang memadai, sehingga banyak masyarakat Tegal yang pindah ke kota untuk mendirikan usaha Warteg sembari memberikan pendidikan terhadap anak dan cucunya di sekolah atau sarana pendidikan di kota. Biasanya kota yang lebih dituju adalah Kota Jakarta sebagai pusat negara Indonesia.

Tetapi sekarang sudah melebar ke berbagai perkotaan di seluruh Indonesia. Ciri khas Warteg dengan menu makanan dan minuman sederhana dengan harga terjangkau, menjadikan hal tersebut kelebihan dari Warteg. Bisa dilihat di seluruh Indonesia masyarakat tentu akan menemukan pendirian Warteg di berbagai tempat.

8. *Food Truck*

Menurut (Susilaningsih & Sakuntalawati, 2018) dalam Panduan Pendirian Usaha *Food Truck* yang diterbitkan oleh Badan Ekonomi Kreatif adalah kegiatan menjual makanan dan juga minuman dengan penggunaan media kendaraan roda empat yaitu mobil dengan melakukan modifikasi untuk mampu menyerupai dapur beserta dengan peralatan untuk pengoperasiannya. Ciri dari produk yang dijual *Food Truck* adalah makanan *Fast Food* atau siap saji, dengan kualitas tinggi tetapi harga yang terjangkau untuk semua kalangan.

Menurut (Susilaningsih & Sakuntalawati, 2018) dalam pendirian usaha *Food Truck* maka perlu sekali mempertimbangkan hal-hal seperti berikut :

- a. Memiliki dan membangun sikap kewirausahaan untuk pendiri *Food Truck*
- b. Menentukan produk yang hendak dijual *Food Truck*
- c. Menentukan target pasar dari produk yang akan dijual *Food Truck*
- d. Menentukan kendaraan atau mobil yang hendak dipakai untuk pengoperasian *Food Truck*
- e. Memperhitungkan anggaran dan modal yang dibutuhkan untuk *Food Truck*

9. Sejarah *Food Truck*

Menurut (Susilaningsih & Sakuntalawati, 2018) *Food Truck* pertama kali muncul pada abad ke 17 di Amerika Serikat dengan menggunakan gerobak yang berukuran besar sebagai alatnya, kemudian berkembang pada tahun 1866 di Texas. Untuk *Food Truck* semakin populer dikalangan masyarakat adalah pada tahun 2008 di Los Angeles, dengan berdirinya *Food Truck* dengan perpaduan budaya Korea dengan Meksiko yang disebut dengan *Kogi Korean Food Truck*. *Food Truck* ini terkenal hingga menyebar luas informasinya melalui media sosial, sehingga saat ini kita bisa mengenal *Food Truck*. Di Indonesia sendiri, *Food Truck* muncul pada tahun 2013 yang dipelopori oleh seorang wirausaha muda.

10. Konsep Bisnis

Warteg Keliling merupakan klasifikasi restoran *Food Truck* karena menggunakan kendaraan mobil sebagai pengoperasiannya. Jenis makanan yang disediakan oleh Warteg Keliling adalah makanan rumahan, dengan menyediakan 10 sampai 20 lauk berbeda yang cocok untuk seluruh jenis kalangan usia baik dari kalangan bawah hingga keatas. Warteg Keliling menggunakan sistem *food services* dimana makanan yang disediakan adalah makanan cepat saji karena sudah diolah sebelumnya dan siap dihidangkan oleh tamu. Pelayanan yang diberikan juga terkesan sederhana dengan tepat. Menu rumahan yang dimaksud adalah seperti nasi, lauk pauk, dan menu minuman sederhana seperti teh, kopi dan bahkan jus. Adanya menu tambahan lain seperti soto ayam, mie instan dan lainnya. Pembayaran dapat dilakukan melalui tunai dan debit, juga sarana

pembayaran *online* seperti debit, OVO, ShopeePay dan lainnya. Warteg Keliling juga dapat dijadikan sebagai catering atau prasmanan bagi sebuah acara besar, karena sudah memiliki fasilitas dan sarana yang memadai. Penggunaan *food truck* menjadikan Warteg Keliling tidak memiliki lokasi pasti karena akan melakukan perpindahan tempat yang intensif. Tujuan utamanya adalah mendatangi tamu sehingga dapat meraih lebih banyak tamu dari berbagai lokasi. Pandemi seperti ini mengharuskan masyarakat untuk lebih baik tinggal di rumah, maka dari itu *food truck* makanan rumahan seperti Warteg Keliling akan sangat cocok dan dibutuhkan oleh masyarakat. Juga sebagai sarana untuk memberantas kemiskinan yang terjadi di Kota Tangerang, karena Warteg adalah sarana pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat yang menyediakan berbagai menu makanan rumahan.

