

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan). Saat ini, sektor pariwisata selalu menjadi sektor prioritas pemerintah dalam mendorong perekonomian negara. Selain itu, sektor pariwisata juga memberikan dampak positif pada penyerapan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang tersebar di seluruh pelosok Indonesia yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Kementrian Pariwisata Ekonomi dan Kreatif Republik Indonesia, 2019). Dari *multiplier effect*-nya inilah yang membuat pemerintah sangat mendorong pengembangan pariwisata di Indonesia.

Salah satu jenis usaha pariwisata yang menjadi andalan di Indonesia adalah restoran. Restoran adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan atau penyajiannya (Rahayu, 2014). Usaha restoran mencakup jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan permanen yang menjual dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum, baik dilengkapi peralatan atau perlengkapan untuk proses pembuatan dan penyimpanan maupun tidak dan telah mendapatkan surat keputusan sebagai penyedia makan minum dari instansi yang membinanya (Badan Pusat Statistik, 2020).

Adapun pengaruh perkembangan zaman membuat terjadinya perubahan gaya hidup masyarakat, terutama dalam hal memenuhi kebutuhan primer, yaitu makan dan minum. Bukan hanya sekedar untuk mengenyangkan perut sebagai sumber energi, namun saat ini, masyarakat modern cenderung memilih sebuah tempat makan berdasarkan suasana tempat, rasa dan visual. Maka dari itu, tak heran apabila persaingan dalam dunia usaha penyediaan makanan dan minuman menjadi sangat ketat karena peluang berbisnis pada usaha ini sangat besar. Banyak pendiri usaha yang mulai mendirikan usaha dengan berbagai macam variasi mulai dari harga dan jenisnya (Sancoko, 2015). Berikut adalah pertumbuhan usaha penyediaan makanan dan minuman dari tahun 2017 hingga 2021:

TABEL 1
Pertumbuhan Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman di Indonesia Tahun 2017-2021

Jenis Usaha	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman, Restoran, dan sejenisnya	5,48%	6,03%	6,92%	-6,89%	5,35%

Sumber: Data Industri (2021)

Dari Tabel 1 di atas, terlihat bahwa tahun 2017 hingga 2019 terjadi peningkatan yang positif yakni pada tahun 2017 sebesar 5,48%, di tahun 2018 meningkat menjadi 6,03%, dan di tahun 2019 menjadi 6,92%. Namun dampak pandemi COVID-19 di Indonesia yang masuk pada awal Maret 2020 membuat penurunan yang signifikan menjadi -6,89% di tahun 2020. Hingga akhirnya di tahun 2021, industri usaha penyediaan makan dan minum bangkit dan perlahan kembali pulih dengan pertumbuhan persentase yang mencapai nilai 5,35% yakni nilai ini hampir sebanding dengan nilai persentase pada tahun 2017.

Berdasarkan anjuran pedoman gizi seimbang, dianjurkan sepertiga piring harus terdiri atas sayuran, sepertiga piring terdiri atas karbohidrat, dan sepertiga piring terdiri atas lauk pauk dan buah-buahan untuk sekali makan (Menteri Kesehatan Republik Indonesia, 2014). Dari anjuran ini terlihat bahwa sayuran memiliki peranan yang penting dalam konsumsi sehari-hari. Pernyataan ini didukung oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa sebanyak 94,8% orang Indonesia mengonsumsi sayuran sebagai makanan sehari-hari (Hermina & Prihatini, 2016). Ini menunjukkan bahwa sayuran adalah makanan yang populer dan sangat familier oleh masyarakat Indonesia. Salah satu jenis sayuran yang familier di masyarakat adalah selada. Berikut adalah data impor selada ke Indonesia selama tiga tahun berturut-turut:

TABEL 2
Data Impor Selada tahun 2017-2019

Jenis Sayuran	Tahun		
	2017	2018	2019
Selada	40.580 kg	48.085 kg	58.111 kg

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019) dan Badan Pusat Statistik (2020)

Dari fenomena ini terlihat bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap selada cukup tinggi. Selama tiga tahun yakni dari 2017 hingga 2019, terjadi peningkatan impor selada ke Indonesia akibat konsumsi masyarakat yang terus meningkat. Salah satu penyebab lainnya adalah semakin banyaknya restoran serta hotel yang mulai menghadirkan menu salad sayur yakni selada merupakan bahan penyusun sehingga membuat selada menjadi lebih dikenal luas dan mulai diminati oleh masyarakat (Akbar, 2020).

Walaupun selada merupakan salah satu jenis tanaman yang bukan berasal dari Indonesia namun sayuran ini sangat cocok dengan selera Indonesia dimana selada seringkali disajikan sebagai mentah atau lalap (Pracaya &

Kartika, 2016). Selada yang tidak melewati proses masak tentu akan terasa lebih segar dan terjaga gizinya, namun tidak menutup kemungkinan bahwa selada tersebut tercemar dengan bakteri patogen (Purba, Chahaya, & Marsaulina, 2012). Selain itu, selada yang tidak dicuci dengan benar juga bisa meninggalkan residu pestisida yang berbahaya jika dikonsumsi oleh manusia dalam jangka waktu panjang misalnya gangguan saraf (Alen, Zulhidayanti, & Suharti, 2015). Melihat minat konsumsi selada yang meningkat tiap tahunnya namun ancaman bahaya kesehatan juga bisa terjadi, maka selada organik merupakan sebuah solusi untuk mengonsumsi selada yang aman dan sehat.

Selada organik merupakan jenis sayuran organik yang ditanam dengan menggunakan pupuk organik dari alam dan sedikit melakukan pengolahan tanah, sehingga sayuran yang dihasilkan lebih sehat bagi tubuh dan terjaga kualitasnya (Humas Balitsa, 2015). Berdasarkan survei yang dilakukan dengan mengambil 253 responden sebagai sampelnya yang tersebar di Jabodetabek, frekuensi bahan makanan organik tertinggi yang paling sering dibeli responden adalah sayur organik dengan persentase sebesar 23% dengan alasan bebas dari pestisida dan baik untuk kesehatan dan bergizi dengan persentase sebesar 82,61% dan 79,45% berturut-turut (David & Ardiansyah, 2017). Ini menunjukkan bahwa saat ini perubahan pola makan masyarakat dari sayur bukan organik menjadi organik mulai meningkat dengan meningkatnya kepedulian masyarakat akan mutu produk dan kesehatan tubuh (Humas Balitsa, 2015). Berdasarkan survei yang dilakukan di bulan Maret 2020 hingga Mei 2020, selada organik menjadi sayuran yang paling sering dikonsumsi selama

masa pandemi COVID-19 yaitu sebesar 46,15% dari 170 responden yang berasal dari berbagai kota (Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020).

Semenjak pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia pertama kali di bulan Maret 2020, masyarakat sangat dihimbau untuk selalu mengonsumsi makanan bergizi seperti buah, sayur, dan mengurangi konsumsi gula, garam, dan lemak yang berlebihan. Mempertahankan pola makan gizi seimbang yang sehat sangat penting dalam meningkatkan kekebalan tubuh yang baik dan menurunkan risiko penyakit kronis dan penyakit infeksi (Kementrian Kesehatan, 2020). Dari penelitian yang diambil dari 100 orang pada remaja terjadi peningkatan perubahan konsumsi pola makan yang bergizi seimbang sebanyak 89%. Hal ini dilakukan oleh sebagian besar responden karena mereka memahami dengan baik pentingnya menjaga imunitas tubuh di masa-masa pandemi seperti saat ini (Amaliyah, Soeyono, & Nurlaela, 2021). Hal ini berdampak pada peningkatan penjualan sayuran segar pada sebuah *marketplace* di Indonesia yang memiliki cabang di beberapa kota seperti Jabodetabek, Bandung, Bali, Semarang, Surabaya, Pekanbaru, Pontianak, Yogyakarta, Manado, dan Makassar. Ditemukan bahwa selama masa pandemi terjadi peningkatan sebagai berikut:

TABEL 3
Jumlah Peningkatan Penjualan Sayuran Segar pada *Marketplace* Sebelum dan Selama Pandemi COVID-19

Jenis Makanan	Sebelum Pandemi	Selama Pandemi	Peningkatan Penjualan
	1 Januari - 15 Maret 2020	16 Maret - 30 Juni 2020	
Sayuran Segar	20.000 unit	400.000 unit	1900%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Dari Tabel 3 disimpulkan bahwa selama masa pandemi COVID-19 berlangsung, masyarakat di Indonesia dari berbagai kota semakin

memperhatikan konsumsi gizi yang seimbang yaitu terjadi peningkatan drastis terhadap penjualan sayuran segar sebesar sebanyak 20 kali lipat.

Kota Makassar merupakan kota yang terletak di provinsi Sulawesi Selatan, sekaligus menjadi ibukota provinsi Sulawesi Selatan. Berikut adalah pertumbuhan penduduk kota Makassar selama empat tahun:

TABEL 4
Jumlah Penduduk Kota Makassar Tahun 2017 – 2020 (Jiwa)

Kota	Tahun			
	2017	2018	2019	2020
Makassar	1.489.011	1.508.154	1.526.677	1.423.877

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar (2020) dan Badan Pusat Statistik Kota Makassar (2021)

Dari Tabel 4 terlihat bahwa pertumbuhan penduduk kota Makassar dari tahun 2017 hingga 2018 mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Namun pada tahun 2020, terjadi penurunan penduduk berdasarkan hasil sensus penduduk. Walaupun mengalami penurunan, keadaan ini tetap menjadikan kota Makassar sebagai kota dengan jumlah penduduk tertinggi nomor delapan di Indonesia. Hal ini membuat semakin banyaknya beragam jenis usaha restoran bermunculan dengan berbagai inovasi karena adanya tuntutan dari masyarakat untuk makan dan minum (Pranata, 2013). Adapun perkembangan jumlah rumah makan atau restoran di kota Makassar dari tahun 2016 hingga 2019 sebagai berikut:

TABEL 5
Pertumbuhan Jumlah Rumah Makan atau Restoran di Kota Makassar Tahun 2016-2019

Jenis Usaha	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Rumah Makan atau Restoran	676	689	713	715

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar (2021)

Dari hasil ini, terlihat tren perkembangan rumah makan atau restoran meningkat tiap tahunnya sehingga peluang pada usaha restoran atau rumah makan di kota Makassar masih sangat besar.

Selada sendiri merupakan salah satu jenis sayuran yang banyak digunakan pada rumah makan di kota Makassar. Rata-rata penggunaan selada pada sembilan rumah makan setiap harinya cukup besar yakni mencapai lima kilogram per harinya. Sehingga ini menunjukkan bahwa selada adalah salah satu jenis sayuran yang familier dan banyak diminati di Makassar (Syamsir, 2017), dimana selada merupakan salah satu komponen utama dari salad sayur. Selain itu, saat ini masyarakat Makassar telah mulai mempraktekkan gaya hidup sehat salah satunya adalah mengonsumsi sayuran terutama selama masa pandemi COVID-19 sesuai dengan anjuran pemerintah. Ditemukan bahwa terjadi peningkatan penerapan gaya hidup sehat yang mencakup rutin mengonsumsi sayuran dan berolahraga. Sebelum pandemi tingkat gaya hidup sehat masyarakat Makassar berada di angka 77,8% dan meningkat menjadi 94,1% selama pandemi dengan mengambil 364 responden di kota Makassar (Janna, 2020). Memasuki era pandemi COVID-19, pemerintah kota Makassar semakin mendorong kampanye gaya hidup sehat salah satunya melakukan sosialisasi “Prioritas Germas” yaitu upaya mendorong beberapa aktivitas seperti makan makanan bergizi dan seimbang (Balai Kesehatan Tradisional Masyarakat BKTMM Makassar, 2021).

Hal inilah yang menjadi salah satu pemicu masyarakat Makassar mulai semakin sadar akan pentingnya makan yang sehat dan seimbang. Melihat fenomena ini, salad sayur merupakan salah satu nominasi makanan sehat.

Salad sayur terdiri atas kumpulan sayur-sayuran yang kaya akan serat (*dietary fiber*), vitamin, dan mineral. Kandungan ini sangat baik dan dibutuhkan oleh tubuh (Kusharto, 2016). Misalnya salah satu komponen utama dalam salad sayur yaitu selada dikenal sebagai tanaman multi khasiat mengandung protein 1,20 gram, karbohidrat 2,9 gram, vitamin A 540 IU, vitamin B 0,04 mg, hingga vitamin C 8 mg (Sari, 2021). Selain itu, jenis makanan berupa salad sayur juga mulai semakin banyak diminati dan populer saat ini karena adanya pengaruh dari budaya asing. Maraknya globalisasi membuat ketertarikan masyarakat terhadap makanan luar negeri meningkat dan mulai masuk ke dalam negeri dimana media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadapnya dan berdampak ke berbagai kota di Indonesia (Adzkiyak, 2020). Kota Makassar merupakan salah satu kota yang juga terkena efek dari globalisasi ini. Adanya tuntutan masyarakat terhadap makanan sehat serta efek globalisasi, maka dari itu kehadiran salad sayur di kota Makassar merupakan salah satu menu yang dapat diterima baik oleh masyarakat Makassar.

Demi memperoleh hasil yang akurat dalam melihat peluang pendirian usaha, maka kuesioner pra-survei akan dilaksanakan untuk melihat minat masyarakat terhadap konsumsi salad sayur di kota Makassar. Kuesioner pra-survei adalah sebuah survei singkat yang dilakukan pada suatu kelompok kecil untuk mendeteksi peluang masalah, memprediksi jawaban dari responden, serta untuk mengurangi eror dalam pengumpulan data sebelum melakukan distribusi kuesioner yang final (Hu, 2014). Jumlah responden dalam melakukan kuesioner pra-survei harus lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 responden

(Sekaran & Bougie , 2016, hal. 264). Berikut ini adalah hasil yang diperoleh setelah melakukan kuesioner pra-survei:

TABEL 6
Hasil Olahan Kuesioner Pra-Survei di Kota Makassar

No.	Pertanyaan	Jawaban	Hasil	
			Frekuensi	Persentase (%)
1	Apakah Anda sering mengonsumsi sayuran?	Ya	33	91,7
		Tidak	3	8,3
2	Dalam seminggu seberapa sering Anda mengonsumsi sayuran?	Setiap hari	17	47,2
		5-6 kali seminggu	9	25
		4-5 kali seminggu	5	13,9
		3-4 kali seminggu	3	8,3
3	Di bawah ini manakah yang Anda pilih untuk dikonsumsi?	Sayuran Organik (tidak menggunakan pestisida, harga lebih mahal)	28	77,8
		Sayuran Bukan Organik (menggunakan pestisida, harga lebih murah)	8	22,2
4	Apakah Anda pernah makan salad sayur?	Ya	34	94,4
		Tidak	2	5,6
5	Apakah Anda tertarik dengan menu salad sayur berupa Caesar Salad Wrap, Thai Beef Salad, dan Gado-gado?	Ya	34	94,4
		Tidak	2	5,6
6	Jika ada restoran yang menjual salad sayur organik, apakah Anda tertarik untuk mengunjunginya?	Ya	33	91,7
		Tidak	3	8,3
Jumlah Responden			36	100

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Dari hasil data yang diperoleh, disimpulkan bahwa masyarakat kota Makassar sering mengonsumsi sayur dengan persentase sebesar 91,7%. Ditemukan juga bahwa sayur telah menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat di kota Makassar dengan persentase sebesar 47,2% responden mengonsumsi sayuran setiap harinya. Selain itu, ketertarikan masyarakat terhadap sayur organik cukup tinggi yaitu sebesar 77,8% ingin mengonsumsi sayuran organik. Ini

menunjukkan bahwa masyarakat sudah semakin sadar akan masalah kesehatan. Adapun menu berupa salad sayur merupakan menu yang sudah sangat familier di masyarakat kota Makassar yakni sebesar 94,4% masyarakat pernah mengonsumsinya. Sehingga menu seperti *Caesar Salad Wrap*, *Thai Beef Salad*, dan *Gado-gado* memiliki peluang yang baik untuk dihadirkan pada menu usaha salad sayur yakni sebesar 94,4% responden tertarik untuk mengonsumsinya. Serta masyarakat kota Makassar tertarik untuk berkunjung ke restoran salad sayur organik dengan persentase sebesar 91,7%. Berdasarkan hasil kuesioner pra-survei, minat dan ketertarikan masyarakat Makassar tinggi terhadap salad sayur maka pendirian restoran salad sayur merupakan suatu usaha yang memiliki peluang yang baik dan besar untuk didirikan di Makassar. Salad sayur merupakan pilihan menu sehat yang praktis, berkualitas, terjangkau baik dari sisi penyajian serta cita rasa karena hal ini merupakan tuntutan dari masyarakat modern saat ini (Mulyani & Sudiartini, 2020).

Lokasi mengacu pada berbagai rangkaian aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar atau mempermudah penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi merupakan tempat usaha beroperasi atau melakukan kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonomi. Dalam melakukan pemilihan lokasi yang ideal, terdapat beberapa faktor yang harus dipertimbangkan yaitu aksesibilitas, fasilitas, lingkungan sekitar, target pasar (Walker, 2014). Lokasi memiliki pengaruh yang besar terhadap jumlah biaya serta pendapatan suatu usaha maka dari itu diperlukan pertimbangan terhadap faktor di atas serta melakukan perbandingan

antara dua lokasi. Berikut adalah hasil perbandingan antar dua lokasi pendirian usaha:

TABEL 7
Analisis Perbandingan Lokasi

No.	Kriteria	Metro Tanjung Bunga	Kumala
1	Aksesibilitas	X	V
2	Fasilitas	V	V
3	Target pasar	V	V
4	Lingkungan sekitar	V	V
TOTAL		3	4

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Dari hasil perbandingan ini, Jalan Kumala menjadi lokasi yang dapat memenuhi seluruh faktor pertimbangan dalam memilih pendirian lokasi usaha yang ideal dibandingkan Jalan Metro Tanjung Bunga. Dapat dikatakan Jalan Kumala merupakan lokasi yang ideal untuk dijadikan lokasi usaha, sehingga pendirian usaha akan didirikan di ruko Jalan Kumala No. A6-A7, Kecamatan Tamalate, Makassar, Sulawesi Selatan.

Konsep utama dari bisnis ini adalah penyajian salad sayur menggunakan bahan-bahan organik yang diambil dari petani organik lokal terdekat sehingga kesegaran sayur-sayuran tetap terjamin. Menu salad sayur yang disajikan bervariasi mulai dari khas lokal hingga salad sayur khas Meksiko, Thailand, dan sebagainya. Terletak di pesisir laut lepas membuat kota Makassar sangat terkenal dengan hidangan lautnya. Maka dari itu, restoran akan menghadirkan menu salad sayur yang dipadukan bersama dengan hasil hidangan laut khas Sulawesi Selatan, salah satunya adalah salad sayur dipadukan dengan ikan kudu-kudu hingga kepiting sehingga ini bisa menjadi daya tarik bagi restoran. Ikan kudu-kudu sendiri merupakan ikan khas Sulawesi Selatan yang cukup terkenal dan memiliki minat pasar yang tinggi, Bukan hanya menjadi favorit pasar dalam negeri, ikan ini juga diminati oleh pasar luar

negeri (Badan Karantina Ikan, Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan , 2021). Porsi salad yang akan disajikan adalah porsi hidangan utama yaitu sehingga bisa menjadi alternatif bagi konsumen yang ingin hal yang praktis namun tetap mengenyangkan.

Bisnis salad sayur ini bernama Mori Salad. Kata “mori” merupakan kata yang diambil dari bahasa Jepang yaitu dari kata *midori* dan disingkat menjadi “*mori*” yang artinya adalah warna hijau (Hepburn, 2012). Hijau adalah warna dasar yang serupa dengan warna daun (Kamus Bahasa Indonesia, 2016). Maka dari itu pemilihan warna hijau didasari oleh warna dedaunan yang identik dengan sayur-sayuran. Pemilihan nama ini dibuat simpel dan sederhana agar mudah diingat oleh masyarakat. Dengan konsep usaha yang menarik dan minat masyarakat di kota Makassar terhadap usaha salad sayur organik ini, maka Mori Salad memiliki peluang yang besar dan disimpulkan layak untuk dijadikan topik dalam studi kelayakan bisnis.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Pada dasarnya, studi kelayakan bisnis bertujuan menganalisis segala aspek untuk melihat peluang dan kelayakan dari suatu bisnis sebelum didirikan. Adapun tujuan dibuatnya studi kelayakan ini terbagi atas dua tujuan yaitu tujuan utama dan sub tujuan untuk menilai kelayakan bisnis Mori Salad:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

- a. Aspek pasar dan pemasaran adalah aspek yang menganalisis permintaan dan penawaran, segmentasi, target, serta posisi dalam pasar. Aspek ini juga penting karena akan menganalisis bauran pemasaran (terdiri atas produk, harga, lokasi, promosi, orang, *packaging*, program, dan

partnership), aspek ekonomi, sosial, legal, dan politik, lingkungan hidup hingga teknologi. Bauran pemasaran adalah aspek penting terutama bagi usaha jasa makan dan minum sebab ini yang akan menjadi fondasi restoran (Kasmir & Jakfar, 2017). Aspek pasar bertujuan untuk menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan, *market share* yang dapat dicapai, serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk mencapai *market share* yang diharapkan.

- b. Aspek operasional bertujuan untuk melihat jenis aktivitas dan fasilitas. Aspek ini akan menganalisis hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas yang mengartikan bahwa tiap bisnis harus didukung oleh fasilitas yang memadai (Kasmir & Jakfar, 2017). Aspek ini juga menganalisis lokasi usaha restoran, calon konsumen, teknologi yang akan digunakan, serta faktor pendukung lainnya yang mendukung operasional usaha restoran.
- c. Aspek organisasi dan sumber daya manusia (SDM) menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja, baik tenaga kerja kasar maupun tenaga kerja terampil yang diperlukan untuk menjalankan bisnis (Kasmir & Jakfar, 2017). Aspek ini juga mencakup pengembangan sumber daya manusia, pengorganisasian suatu usaha, dan aspek yuridis yang mengatur mengenai ketentuan hukum, legalitas suatu usaha, dan perizinan di suatu wilayah.
- d. Aspek keuangan merupakan salah satu aspek yang penting sebab aspek ini menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang akan dijalankan (Kasmir &

Jakfar, 2017). Aspek ini akan melihat kebutuhan yang dibutuhkan suatu usaha dan sumber dana yang akan didapatkan, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, analisis titik impas, penilaian investasi, dan manajemen risiko. Dari analisa ini, data yang didapatkan bisa memberikan gambaran yang jelas terhadap besaran biaya dan investasi dengan harapan pedoman penilaian tersebut dapat memberikan penilaian yang menguntungkan, sehingga calon pelaku usaha dapat lebih percaya diri dan matang dalam memulai bisnisnya (Kasmir & Jakfar, 2017).

2. Sub - Tujuan (*Minor Objectives*)

Tujuan khusus yang ingin dicapai melalui bisnis ini adalah untuk menawarkan keberagaman jenis makanan di kota Makassar. Selain itu, diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengonsumsi makanan sehat terutama di masa pandemi COVID-19. Dengan bertambahnya usaha di Makassar yaitu Mori Salad, diharapkan juga bisa mengurangi tingkat pengangguran dan menambah jumlah lapangan kerja. Tak hanya itu, melalui pendirian bisnis ini juga diharapkan bisa menumbuhkan kembali pertumbuhan usaha penyediaan makanan dan minuman Indonesia terutama di kota Makassar.

C. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data penelitian oleh seorang peneliti (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, metode yang akan digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Analisis kuantitatif

digunakan untuk menguji hipotesis penelitian (Sekaran & Bougie , 2016). Data yang dikumpulkan terbagi atas dua jenis yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang didapatkan dari sumber utama (*first-hand*) melalui survei, wawancara, *focus group*, atau observasi (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 38). Dalam mengumpulkan data, data primer yang digunakan adalah:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang sudah dibuat sebelumnya dan disebarkan kepada responden untuk mendapat jawabannya (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 142). Kuesioner bertujuan untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan dasar dalam penyusunan penelitian. Dalam pengumpulan data, kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih dan menjawab secara langsung. Adapun pengambilan data melalui kuesioner terbagi atas tiga metode (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 143) yaitu:

1) *Personally Administered Questionnaires*

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden.

2) *Mail Questionnaires*

Metode ini dilakukan dengan cara mengirimkan kuesioner melalui surat kepada responden.

3) *Electronic Questionnaires*

Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner melalui *link online* yang telah disediakan sehingga peneliti tidak bertemu responden secara langsung.

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), terdapat dua jenis pengumpulan data kuesioner yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis yaitu kuesioner terbuka (*opened questionnaire*) dan kuesioner tertutup (*closed questionnaire*). Kuesioner terbuka adalah kuesioner dimana responden memiliki kesempatan untuk menjawab menggunakan kalimat sendiri. Sementara kuesioner tertutup adalah kuesioner dimana pilihan jawabannya telah tersedia sehingga responden memilih jawaban dari pilihan yang telah tersedia.

Berdasarkan teori di atas, maka penyebaran kuesioner akan menggunakan metode *electronic questionnaires* dikarenakan pemberlakuan pembatasan sosial selama masa pandemi COVID-19 sehingga penyebaran kuesioner secara pribadi tidak dimungkinkan. Sementara kuesioner akan menggunakan jenis kuesioner tertutup (*closed questionnaire*) dimana responden menjawab dengan opsi yang tersedia. Kuesioner disebarkan pada responden sesuai dengan *target market* yang telah ditentukan yaitu responden berumur 15-45 tahun baik itu pria maupun wanita. Hasil dari data kuesioner ini akan digunakan untuk keperluan menganalisis dan mengevaluasi kelayakan bisnis Mori Salad.

Dari hasil kuesioner ini, perencanaan bisnis yang telah dilakukan akan dibandingkan dengan jawaban dari responden agar bisa melakukan pengoreksian apabila ada hal yang tidak sesuai untuk diterapkan.

Berdasarkan pengumpulan data, pada penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk menilai seberapa besar sikap responden terhadap pertanyaan kuesioner (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 215). Variabel dari pertanyaan akan dinilai berdasarkan enam tingkatan yaitu mulai dari skala satu sampai dengan enam. Skala 1: Sangat tidak setuju; 2: Tidak setuju; 3: Agak tidak setuju; 4: Agak setuju; 5: Setuju; 6: Sangat setuju.

1) Populasi dan Sampling

Dalam pengambilan data primer melalui kuesioner, perlu ditentukan populasi yang akan menjadi target penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk diteliti dan kemudian membuat simpulan. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 240), menentukan target populasi adalah:

“The target population must be defined in terms of elements, geographical, boundaries, and time.”

Sementara, sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi obyek penelitian. Sampel merupakan perwakilan dari populasi dan harus mampu menaksir populasi. Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 239), kerangka *sampling* merupakan rangkaian yang memuat seluruh data mengenai populasi sampel. Namun, tidak

semua anggota populasi tersebut akan diteliti melainkan sampel dari populasi tersebut. Jumlah responden yang ideal dalam suatu penelitian harus lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 264). Teori ini didukung oleh pernyataan lain yang mengatakan untuk memperoleh hasil yang akurat, jumlah responden setidaknya harus terdapat lima kali lebih banyak dari jumlah variabel (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014, hal. 100). Dengan ini, jumlah responden yang akan diambil akan disesuaikan dengan jumlah variabel serta lebih dari 30 dan kurang dari 500.

2) Lokasi dan Waktu Penyebaran

Penelitian ini akan dilaksanakan di kota Makassar dalam kurun waktu selama tiga bulan yaitu dari bulan September hingga November.

3) Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah teknik yang dilakukan untuk menemukan sampel secukupnya dari jumlah populasi sehingga dari sampel tersebut akan dilakukan generalisasi pada seluruh populasi. Teknik *sampling* terbagi dua jenis yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling* (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 242):

a) *Probability Sampling*

“When elements in the population have a known, nonzero chance of being chosen as subjects in the sample.”

Berdasarkan penelitian di atas, *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang sudah mengetahui responden penelitiannya.

Probability sampling terbagi menjadi empat metode:

i. *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 252), *simple random sampling* adalah:

“This sampling design is best when the generalizability of the finding to the whole population is the main objective of the study.”

Teknik *sampling* ini adalah teknik yang mudah pengaplikasiannya karena mengambil sampel secara acak dalam suatu populasi.

ii. *Systematic Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 253), *systematic sampling* adalah pengambilan sampel secara acak dengan interval tertentu secara berurutan.

iii. *Stratified Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 252), *stratified random sampling* adalah pengambilan sampel yang diambil berdasarkan lapisan tertentu, misalnya tinggi, sedang, dan rendah.

iv. *Cluster Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 254), *cluster sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara membagi sampel ke dalam beberapa area atau klaster.

b) *Non-Probability Sampling*

Non-probability sampling adalah teknik *sampling* yang tidak memberikan kesempatan atau peluang bagi anggota populasi yang terpilih menjadi sampel (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 247). *Non-probability sampling* terbagi atas dua metode yaitu:

i. *Convenience Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 247), *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan untuk didapatkan. Teknik ini biasanya digunakan untuk mencari ide awal atau kondisi yang menarik perhatian.

ii. *Purposive Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 248), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti.

Dari penjabaran teknik *sampling* di atas, maka pada penelitian ini teknik *sampling* yang akan digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Alasan pemilihan metode ini antara lain kemudahannya dalam menemukan responden secara acak serta adanya keterbatasan waktu sehingga metode ini merupakan metode yang cepat dan efisien dalam mengumpulkan data.

4) Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah diperoleh data dari penyebaran kuesioner, data akan diolah dan dilakukan pengujian agar bisa menjelaskan suatu fenomena atau menjawab masalah dari sebuah penelitian. Dalam hal ini, *item* yang disusun dalam kuesioner akan menjadi instrumen penelitian. Suatu instrumen yang baik harus memenuhi syarat penting yaitu *valid* dan *reliable*. Maka dari itu, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 220) adalah:

“A test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.”

Dari pernyataan di atas disimpulkan bahwa uji validitas digunakan untuk menguji tingkat akurat suatu instrumen untuk menguji variabel-variabel yang akan diuji dalam sebuah penelitian. Instrumen dianggap memiliki validitas yang tinggi jika instrumen tersebut dapat dijadikan alat untuk mengukur sesuatu.

Sementara, uji reliabilitas menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 220) adalah:

“The reliability of a measure indicates the extent to which it is without bias (error free) and hence ensures consistent measurement across time and across the various items in the instruments.”

Uji reliabilitas adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tanpa terdapat bias (*error free*) dan memastikan pengukuran yang konsisten sepanjang waktu dan di berbagai item dalam sebuah instrumen. Dalam menguji tingkat reliabilitas suatu kuesioner, maka digunakan *cronbach alpha*. Jika hasil dari *cronbach*

alpha kurang dari 0,60, maka disimpulkan hasil kuesioner lemah atau tidak konsisten. Namun jika hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar sama dengan 0,60 dan lebih kecil dari 0,70, maka disimpulkan hasil kuesioner cukup baik. Jika hasil *Cronbach's Alpha* lebih besar sama dengan 0,70 maka disimpulkan hasil kuesioner sangat baik dan reliabel (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 290).

b. Observasi

Sementara itu, observasi adalah upaya mengamati dan mendokumentasikan hal-hal yang terjadi selama tindakan. Pada proses ini, dilakukan pengamatan tentang segala sesuatu dan data yang didapatkan akan dijadikan sebagai bahan masukan dalam refleksi. Pada proses ini, hal yang diobservasi adalah lokasi pendirian usaha. Hal yang ditinjau mencakup kondisi lingkungan yang mencakup legalitas tanah, luas bangunan, kepadatan kendaraan, hingga kapasitas lahan parkir.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet, dan seterusnya (Sekaran & Bougie , 2016, hal. 37). Dalam melakukan kelayakan bisnis Mori Salad, dibutuhkan data-data dari situs resmi Indonesia publikasi pemerintah, *website* perusahaan, jurnal-jurnal, serta sumber pendukung lainnya untuk menganalisis kelayakan bisnis Mori Salad.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran dan Kategorinya

Restoran merupakan salah satu bagian dari industri makan dan minum atau di kenal dengan istilah *food and beverage industry*. Usaha ini tidak akan pernah habis trennya sebab makan dan minum merupakan kebutuhan primer tiap manusia. Restoran adalah suatu tempat dan organisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman (Walker, 2017, hal. 268). Saat ini usaha restoran telah semakin berkembang dan semakin populer. Restoran telah menjadi bagian gaya hidup masyarakat, terutama bagi mereka yang tidak memiliki waktu untuk menyiapkan hidangan di rumah. Sangat penting bagi restoran untuk memperhatikan layanan, penampilan, aroma, cita rasa, hingga cara penyajian suatu makanan dan minuman agar menarik dan memberikan kenikmatan serta kepuasan bagi tamu yang berkunjung.

a. Klasifikasi Restoran

Secara garis besar, restoran dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu (Walker, 2017):

1) *Chain Restaurant*

Chain restaurant adalah restoran yang memiliki perusahaan induk atau merupakan suatu grup restoran yang telah memiliki banyak cabang yang tersebar. Restoran ini dinaungi oleh sebuah perusahaan besar sehingga mudah dikenal oleh orang karena sudah tersebar di banyak lokasi.

2) *Independent Restaurant*

Independent restaurant adalah sebuah restoran yang didirikan oleh satu atau beberapa orang tanpa adanya hubungan dengan grup perusahaan. Restoran jenis ini lebih mudah untuk dibuka karena tidak membutuhkan modal yang besar serta lebih mudah untuk dikelola.

b. Jenis restoran

Sementara berdasarkan jenisnya, restoran dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan kegiatan makanan dan minuman yang disajikan (Walker, 2017, hal. 34):

1) *Fine Dining*

Fine dining merupakan restoran dengan konsep yang mewah dan formal. Menu yang ditawarkan adalah *set menu* dengan kualitas yang tinggi.

2) *Celebrity Restaurant*

Celebrity restaurant merupakan restoran yang dimiliki oleh publik figur sehingga restoran ini lebih mudah dikenal dan menjadi daya tarik konsumen.

3) *Steak House*

Steak house merupakan restoran yang menawarkan makanan daging merah sebagai menu utamanya. Namun, tersedia juga menu pilihan lainnya seperti ayam dan ikan.

4) *Casual Dining*

Casual dining merupakan restoran dengan suasana yang santai dan menu yang ditawarkan cukup terjangkau dan sederhana.

5) *Family Restaurant*

Family restaurant merupakan restoran yang memberikan layanan yang santai yang biasanya melayani konsumen yang datang bersama keluarga. Selain itu harga dan menu yang ditawarkan terjangkau serta sederhana.

6) *Ethnic Restaurant*

Ethnic restaurant adalah restoran yang menawarkan menu yang berasal dari suatu negara tertentu, sehingga restoran ini memberikan suatu pengalaman yang berbeda kepada konsumen.

7) *Theme Restaurant*

Theme restaurant adalah restoran yang memfokuskan pada dekorasi restoran dimana menghasilkan suasana dengan tema tertentu sehingga memberikan pengalaman yang unik bagi konsumen.

8) *Quick Service Restaurant*

Restoran ini juga dikenal dengan istilah *fast-food restaurant*, yaitu restoran yang memiliki layanan yang cepat. Selain itu, menu yang ditawarkan juga relatif terjangkau.

9) *Bakery Cafe*

Bakery cafe merupakan restoran yang menjual makanan berupa roti, kue, serta hidangan penutup lainnya.

c. Sistem Layanan

Sedangkan menurut sistem layanan dalam restoran, terdapat beberapa tipe layanan yang terbagi atas lima tipe (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2014, hal. 17-20) yaitu:

- 1) *Table Service*, sistem layanan dimana tamu akan disambut dan diarahkan untuk duduk ke meja yang tersedia oleh *waiters*, lalu *waiters* akan melakukan pemesanan makanan, dan tamu akan menunggu makanan akan disajikan oleh *waiters* ke meja tamu.

Table service terbagi atas beberapa layanan sebagai berikut:

- a) *English Service*

Suatu tipe layanan dimana pelayan akan melayani tamu dengan cara memberikan makanan menggunakan sendok dan garpu ke atas masing-masing piring tamu yang telah dibagikan sebelumnya.

- b) *Family Service*

Suatu tipe layanan dimana pelayan akan menyajikan makanan pada bagian tengah meja tamu, tamu lalu akan mengambil makanan dari tengah meja sesuai dengan porsi yang diinginkan.

- c) *French Service*

Suatu tipe layanan dimana pelayan akan mempresentasikan makanan di hadapan tamu secara langsung, tamu kemudian dapat mengambil makanan sesuai yang diinginkan.

- d) *American Service*

Suatu tipe layanan dimana makanan telah disiapkan dari dapur lalu diantar oleh pelayan untuk dihidangkan kepada tamu.

e) *Gueriodon Service*

Suatu tipe layanan dimana makanan telah disediakan pada *trolley* ataupun *side table* sebelum disajikan ke atas piring tamu. Pada layanan ini, pelayan juga bisa melakukan layanan lainnya seperti *fish filleting* hingga *flambé*.

f) *Bar Counter*

Suatu tipe layanan untuk tamu yang duduk pada *bar counter*. Makanan akan diantarkan menggunakan *conveyor belt* yaitu mesin antar makanan yang seringkali ditemukan pada restoran sushi.

2) *Self service*, jenis layanan dimana tamu akan mengambil memilih dan mengambil makanannya sendiri di *counter* yang telah disediakan.

a) *Counter*

Suatu tipe layanan dimana tamu mengantre pada *counter* untuk memesan makan dengan mengambil *tray* yang telah tersedia sebelumnya.

b) *Free-flow*

Suatu tipe layanan dimana tamu dengan bebas mengambil makanan yang diinginkan tanpa perlu mengantre.

c) *Echelon*

Suatu tipe layanan yang memiliki beberapa *counter* sehingga tamu bisa mengambil makanan yang diinginkan.

d) *Supermarket*

Suatu tipe layanan dimana terdapat beberapa rak yang tersusun dengan produk yang ditawarkan kepada tamu, dan tamu akan mengambil sendiri produk yang mereka inginkan.

3) *Assisted Service*, sistem layanan merupakan gabungan layanan dari *table service* dan *self-service*. Pada layanan ini, beberapa jenis makanan akan diantarkan ke meja tamu, namun jenis makanan lainnya akan disajikan dalam bentuk *buffet*, dan tamu harus mengambil sendiri.

4) *Single point service*, sistem layanan dimana tamu memesan, membayar, dan menerima pesanan pada *counter* yang sama.

a) *Takeaway*

Suatu tipe layanan dimana tamu memesan makanan pada suatu restoran untuk dibawa pulang dan tidak dikonsumsi di tempat.

b) *Drive-thru*

Suatu tipe layanan dimana tamu memesan, membayar, dan mengambil pesanan pada *counter* namun hanya dilakukan di dalam kendaraan.

c) *Fast food*

Suatu tipe layanan yang menyediakan menu secara terbatas dengan layanan yang cepat.

d) *Vending*

Sebuah mesin yang menyediakan makan dan minum, dimana tamu bisa memasukkan uang ke dalam mesin dan memilih produk yang mereka inginkan untuk dibeli.

e) *Kiosks*

Sebuah gerai yang menyediakan makanan dan minuman pada lokasi tertentu secara umum.

f) *Food Court*

Terdiri atas kumpulan gerai yang menyediakan berbagai menu makanan dan minuman pada suatu lokasi, sehingga tamu memilih dan langsung memesan pada *counter* sesuai dengan jenis makanan yang diinginkan. Setelah itu, tamu bisa makan dan minum pada meja dan kursi yang telah disediakan pada lokasi tersebut.

g) *Bar*

Suatu tipe layanan yang memiliki pesanan dan layanan yang berlisensi.

5) *Specialised service*, suatu tipe layanan dimana makanan dibawa oleh pelayanan kepada tamu pada lokasi tamu berada. Layanan ini terdiri atas beberapa jenis, yaitu:

a) *Tray Service*

Suatu tipe layanan yang menyajikan makanan pada *tray* untuk diberikan kepada tamu, contohnya seperti layanan di pesawat.

b) *Trolley Service*

Suatu tipe layanan yang menawarkan makan dan minum dengan menggunakan *trolley*, misalnya seperti penggunaan *trolley* di pesawat.

c) *Home Delivery*

Suatu tipe layanan yang akan membawa makanan dan minuman ke rumah tamu.

d) *Lounge*

Suatu tipe layanan yang menyajikan makanan dan minuman di are *lounge*, seperti di *lounge* hotel.

e) *Room*

Suatu tipe layanan dimana tamu bisa memesan makanan untuk di makan dalam suatu ruangan, misalnya kamar hotel.

f) *Drive-in*

Suatu tipe layanan yaitu pesanan makan dan minum tamu akan diantar ke dalam kendaraan tamu.

2. Menu dan Jenisnya

Menu adalah daftar makanan yang disajikan kepada tamu. Pada umumnya, isi menu dilengkapi dengan harga serta ilustrasi makanan sehingga menarik perhatian tamu. Menu harus memiliki desain yang menarik serta informatif agar mudah dimengerti oleh tamu. Berikut adalah jenis-jenis menu sesuai dengan jenis restorannya (Walker, 2017):

a. *À la carte Menu*

Jenis menu ini merupakan menu yang paling banyak digunakan oleh restoran yaitu harga yang tertera pada menu adalah harga individual. Setiap makanan yang ditawarkan dijual secara terpisah sehingga konsumen bebas untuk memilih menu makanan yang diinginkan.

b. *Table d'hôte Menu*

Jenis menu ini menawarkan menu hidangan lengkap (*set menu*), mulai dari makanan pembuka hingga makanan penutup dengan harga yang telah ditetapkan.

c. *Du Jours Menu*

Jenis menu ini adalah menu yang tidak tersedia setiap harinya melainkan hanya tersedia pada hari-hari tertentu saja.

d. *Cycle Menu*

Jenis menu ini adalah menu yang terus diganti setiap harinya. Rotasi menu ini akan diulang ketika siklusnya sudah habis. Dengan cara ini, menu yang ditawarkan lebih bervariasi sehingga tamu tidak mudah bosan.

3. Sejarah Restoran

Restoran telah memiliki sejarah yang sangat panjang, tempat makan pertama kali berdiri di awal tahun 1700an SM (Walker, 2014, hal. 5). Lalu pada tahun 512 SM, tercatat dalam sejarah mengenai tempat makan di Mesir kuno namun dengan menu yang masih terbatas seperti sereal, gandum, bawang, keju, dan sebagainya. Di tahun 1200, tempat makan dan minum mulai pertama kali berdiri di benua Eropa yaitu di kota London dan Paris. Namun, masyarakat hanya bisa membeli makan untuk dibawa pulang.

Hingga di tahun 1550, dibuka kafe pertama di dunia dan tren ini terus meningkat dan menyebar ke seluruh dunia. Tahun 1800, restoran pertama kali mulai berdiri dengan banyak variasi. Salah satu restoran siap saji pertama kali muncul di tahun 1870 di New York. Hingga saat ini perkembangan restoran masih terus berkembang dan menghasilkan banyak variasi.

4. Salad Sayur dan Jenisnya

Salad sayur adalah makanan sehat yang terdiri atas sayuran segar, buah, dan protein hewani yang dihidangkan bersama dengan *dressing* (Boston, 2013). Berdasarkan sejarah, salad sayur sendiri sudah ada sejak zaman Romawi kuno. Kata salad diambil dari bahasa Latin yaitu *salata* yaitu “sal” artinya garam sehingga ketika digabungkan berarti sayuran asin. Salad adalah campuran dari sayuran hijau segar, buah, dan protein berupa daging, unggas, dan ikan yang disajikan bersama saus atau *dressing*. *Dressing* adalah cairan yang dikentalkan yang berfungsi untuk memberikan rasa gurih, manis, dan asam untuk sayuran sehingga menghasilkan perpaduan yang nikmat. Salad sayur juga bisa dijadikan sebagai hidangan makanan pembuka, *side dish*, maupun *main dish* sehingga membuat salad sayur bisa dimakan setiap waktu karena mudah dikombinasikan. Seiring berkembangnya waktu, menu salad sayur mulai semakin bervariasi (Royhani, 2021). Jika dulu orang Romawi kuno mengonsumsi salad dengan mencelupkannya ke dalam garam untuk menghasilkan rasa gurih sebagai *dressing*, kini variasi *dressing* mulai semakin bervariasi sehingga bisa menyesuaikan dengan selera berbagai kalangan. Hal ini menyebabkan salad

sayur bukan hanya digemari oleh kaum vegetarian atau lanjut usia, namun juga semakin terkenal dan digemari oleh kalangan anak muda.

Pada umumnya salad terdiri atas beberapa komponen yaitu *foundation*, *body*, *garnish* dan *dressing*. *Foundation* merupakan bahan dasar penyusun sebuah salad sayur seperti selada. *Body* merupakan bahan utama dalam sebuah salad yang memberikan identitas kepada salad yang biasanya terdiri atas protein seperti ayam, ikan, ataupun daging sapi. *Garnish* berkontribusi untuk memperindah visual atau penampilan sebuah salad sayur. *Garnish* harus ditata sederhana dan tidak mendominasi salad sayur itu sendiri. Sementara *dressing* adalah sebuah cairan yang dibumbui dan ditambahkan ke salad untuk memberikan rasa asin, gurih, asam untuk mengharmonisasikan rasa dari seluruh komponen salad sayur (Shivesh Kitchen, 2021).

Terdapat beberapa jenis salad yaitu:

- a. *Vegetable Salad* (Salad sayur) adalah salad yang bahan utamanya terdiri atas sayuran seperti selada, timun, tomat, dan paprika. Salad sayur ini terdiri atas beberapa bahan baik yang sudah dimasak ataupun didinginkan sebelumnya.
- b. *Cooked Salad* adalah salad yang seluruh bahannya dimasak contohnya seperti daging, unggas, dan sebagainya. Salad sayur ini dicampur dengan *dressing* yang kental dan dicampur menjadi suatu kesatuan contohnya seperti salad kentang, salad tuna untuk isian *sandwich*, dan sebagainya.

- c. *Fruit Salad* (Salad buah) salad buah adalah salad dengan bahan utamanya yaitu buah. Jenis salad ini seringkali dihidangkan sebagai makanan pembuka ataupun makanan penutup.
- d. *Combination Salad* adalah salad yang terdiri atas beberapa kombinasi bahan-bahan salad, seperti salad kentang dan irisan timun dan tomat disusun di atas selada.

Adapun salad sayur memiliki beberapa jenis yang dilihat berdasarkan beberapa klasifikasi yaitu:

- a. Berdasarkan penyajiannya salad sayur disajikan ke dalam beberapa kategori:
 - 1) *Appetizer Salad* adalah hidangan yang disajikan paling pertama sebelum hidangan utama disajikan.
 - 2) *Accompaniment Salad* adalah salad sayur yang disajikan bersamaan dengan hidangan utama sebagai makanan pengiring.
 - 3) *Main Course Salad* adalah salad sayur yang disajikan sebagai hidangan utama dan porsinya harus sesuai dengan ukuran porsi makanan utama.
 - 4) *Separate Course Salad* adalah hidangan yang disajikan setelah hidangan utama disajikan. Salad sayur ini berguna untuk menyiapkan lidah tamu sebelum hidangan penutup disajikan.
- b. Berdasarkan metode persiapannya, salad sayur terbagi atas tiga jenis:
 - 1) *Simple Salad* yaitu salad sayur yang terdiri atas sayuran saja seperti salad kentang.

2) *Composed Salad* yaitu salad yang dibuat dengan menyusun dan menata rapi bahan-bahan di atas piring.

3) *Tossed Salad* yaitu salad yang seluruh bahannya digabung menjadi satu ke dalam satu wadah bersama-sama dengan *dressing*.

c. Berdasarkan temperaturnya salad terbagi atas dua jenis:

1) *Cold Salad* yaitu salad yang disajikan dingin, umumnya 10 – 15 derajat Celsius.

2) *Hot Salad* yaitu salad yang dihidangkan hangat dengan suhu kira-kira 50 – 60 derajat Celsius.

5. Konsep *Open Kitchen*

Open kitchen adalah suatu konsep dapur yang terbuka sehingga proses pembuatan makanan dapat langsung dilihat oleh tamu. Selain itu, pembuatan makanan ini juga bisa menjadi atraksi yang menarik bagi tamu. Dengan proses pembuatan yang dapat dilihat langsung oleh tamu dapat meyakinkan konsumen bahwa produk yang dibuat terjamin dan sesuai dengan harapan (Kolin & Widjaja, 2018).

6. Konsep Bisnis

Berdasarkan tinjauan konseptual yang telah dijabarkan di atas, maka Mori Salad adalah usaha yang bergerak dalam *food and beverage industry* yaitu restoran. Menu utama yang ditawarkan oleh Mori Salad adalah salad sayur organik yang menyediakan dua penyajian salad sayur yaitu salad *bowl*, yaitu salad yang disajikan dalam wadah, ataupun salad *wrap*, yaitu salad yang akan dibungkus dengan kulit tortilla. Menu yang ditawarkan bervariasi mulai dari menu khas lokal yang menggunakan makanan laut

khas Sulawesi Selatan yaitu ikan kudu-kudu, kepiting, dan juga tersedia menu salad sayur lainnya. Keunikan lainnya ada pada menu khas lokal yaitu khusus varian salad *wrap* akan dibuat menjadi *mini wrap* (ilustrasi dapat dilihat pada Lampiran E-1). Salad *wrap* ini akan dibentuk menjadi ukuran kecil dan disusun satu per satu di atas piring (*bite-size*) untuk menunjukkan bahwa menu ini adalah menu andalan yang unik dan berbeda dari menu lainnya. Dengan adanya keunikan ini maka hal ini bisa menarik perhatian dan memberikan pengalaman baru bagi pelanggan ketika berkunjung ke restoran Mori Salad. Ada pula menu lainnya yaitu makanan ringan seperti *tuna sandwich* dan *brulee bomb* serta minuman seperti teh, kopi, hingga *fruit smoothies*.

Berdasarkan klasifikasinya, restoran Mori Salad adalah *independent restaurant* yaitu restoran yang didirikan oleh satu individu tanpa ada campur tangan dan hubungan dengan grup atau perusahaan. Mori Salad merupakan restoran berjenis *casual dining*. Restoran ini menyediakan suasana yang santai dengan menu yang relatif terjangkau. Sementara bagi tamu yang akan melakukan *dine-in*, sistem layanan Mori Salad akan menggunakan *table service*. Tamu yang datang akan segera diarahkan untuk duduk untuk melakukan pemesanan serta pengantaran makanan akan dilayani oleh pelayan mengikuti protokol kenormalan baru (*new normal*) yaitu kebiasaan baru yang harus disesuaikan sesuai dengan protokol COVID-19. Setiap tamu yang hendak melakukan *dine-in* maupun *takeaway* wajib mengikuti standar protokol yaitu melakukan pemindaian pada *QR Code* pada aplikasi *Peduli Lindungi* yang tersedia pada area pintu masuk restoran sebagai bukti

telah mendapatkan vaksin. Pelanggan lalu akan melakukan pengecekan suhu dan menggunakan cairan disinfektan terlebih dahulu sebelum memasuki ruangan. Sementara bagi tamu yang tidak melakukan *dine-in*, tersedia juga layanan pemesanan secara daring (*online*) yaitu melalui *GrabFood*, *GoFood*, dan *ShopeeFood* ataupun layanan untuk dibawa pulang (*takeaway*).

Dalam rangka mengurangi kontak atau interaksi dengan orang-orang, Mori Salad akan menggunakan buku menu digital yaitu buku menu yang tidak dicetak secara fisik, melainkan diakses melalui ponsel dengan cara memindai *QR Code* yang tersedia pada tiap meja. Jika ingin memanggil pelayan, tamu bisa menekan *pagets* yang telah diberikan oleh karyawan sebelumnya. Tersedia empat tombol pada *pagets* yaitu “*call*” untuk memanggil karyawan, “*order*” untuk melakukan pemesanan, “*pay*” untuk melakukan pembayaran, serta “*cancel*” untuk membatalkan panggilan. Sementara untuk pembayaran bisa dilakukan secara tunai maupun non-tunai melalui *QRIS* (*Quick Response Code Indonesian Standard*) untuk melakukan pembayaran melalui *M-Banking* BCA, *ShopeePay*, *DANA*, *GoPay*, dan *OVO* hingga kartu debit dan kredit BCA, Mandiri, dan Mega.

Sementara berdasarkan jenis menunya, Mori Salad akan menggunakan menu *à la carte menu* yaitu harga setiap produk menu yang ditawarkan dijual secara terpisah masing-masing. Dengan ini, pelanggan bisa memilih menu sesuai dengan menu yang telah tersedia. Mori Salad akan menggunakan konsep *open kitchen* yakni dapur terbuka. Dengan konsep ini, proses pembuatan pesanan salad sayur bisa disaksikan langsung

oleh tamu secara transparan, sehingga sanitasi dan higienitas makanan akan lebih terjamin di hadapan tamu demi meningkatkan kepercayaan tamu. Selain itu, konsep ini juga bisa menjadi hiburan bagi tamu sembari menunggu pesanan.

Pada restoran Mori Salad, terdapat beberapa fasilitas yang menunjang operasional usaha seperti *wifi*, *speaker*, pendingin ruangan, fasilitas meja dan kursi, dan sebagainya untuk kenyamanan tamu yang *dine-in*. Mori Salad akan dibuka setiap harinya mulai dari hari Senin hingga Minggu dengan jam operasional pukul 10:00-22:00 WITA. Adapun konsep ruangan yang digunakan oleh Mori Salad adalah *minimalist* dan *clean* dengan dekorasi tanaman hidup di sudut ruangan untuk menambah aksen dan memberi kesan yang sederhana namun tetap terlihat segar dan menarik. Sehingga, bukan hanya sekedar makan dan minum, tamu juga bisa berfoto di dalam area restoran.