

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Setiap manusia yang hidup membutuhkan kebutuhan primer untuk melengkapi kehidupannya di dalam masyarakat. Menurut Abraham Maslow, kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan fisiologis, *belonging and love*, *self esteem*, dan kebutuhan aktualisasi diri. Setiap manusia juga harus bisa memenuhi kebutuhan pertama baru bisa memenuhi kebutuhan selanjutnya. Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan primer yang terdiri dari oksigen, air, makanan, dan juga suhu tubuh (Muhibbin & Marfuatun, 2020) Oleh karena itu, setiap manusia sangat membutuhkan kebutuhan primer untuk keberlangsungan hidupnya.

Bogor merupakan salah satu penyangga ibukota DKI Jakarta yang memiliki wisata dan memiliki surga wisata kuliner yang terkenal dengan soto Bogor, cingkring, bapotong atau bakso ketupat gentong, dan juga kiki sapi (Anggraeni, 2021). Hal inilah yang menyebabkan banyaknya wisatawan yang datang ke Bogor untuk menikmati hal – hal menarik yang dimiliki oleh Bogor itu sendiri.

Menurut data yang diambil dari (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, n.d.) bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Bogor tahun 2017 sebanyak 677,858 orang, tahun 2018 tidak diketahui, dan tahun 2019 sebanyak 26,264 orang. Sedangkan wisatawan nusantara tahun 2017 hingga 2018 sebanyak 4,411,967 orang, dan tahun 2019 sebanyak 2,696,467 orang.

Jika sebelumnya wisatawan mancanegara dapat menjadi salah satu kontributor, kehadiran pandemi Covid-19 yang mengakibatkan wisatawan mancanegara sulit untuk datang ke Bogor. Meskipun ada batasan yang diberlakukan selama Covid-19 ini yang menyebabkan keterbatasan ruang lingkup maka setiap organisasi dibidang bisnis makan dan minum (restoran, UMKM, dan lain – lain) harus dapat melakukan adaptasi yang baik sehingga bisnis tersebut dapat tetap dijalankan.

Penduduk kota Bogor mulai awal tahun

2013 hingga akhir tahun 2017 mengalami peningkatan, sebagai berikut:

TABEL 1
Penduduk Kota Bogor dan Jenis Kelamin Tahun 2013 – 2016

Jenis Kelamin	2013	2014	2015	2016
Laki – Laki	514,797	523,479	532,018	540,288
Perempuan	498,222	507,241	515,904	524,399
Total	1,013,019	1,030,720	1,047,922	1,064,987

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017)

TABEL 2
Penduduk Kota Bogor dan Jenis Kelamin Tahun 2017

Jenis Kelamin	Bogor Selatan	Bogor Timur	Bogor Utara	Bogor Tengah	Bogor Barat	Tanah Sareal
Laki – Laki	103,114	53,471	99,339	52,877	121,537	117,858
Perempuan	98,504	52,558	96,712	51,976	118,323	114,740
Total	201,618	106,029	196,051	104,853	239,860	232,598

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017)

Dilihat dari data tabel diatas, jenis kelamin laki - laki lebih banyak dari pada jenis kelamin perempuan. Jika dibandingkan awal tahun 2013 dan

tahun terakhir 2017 maka terlihat kenaikan jumlah pendudukan sebesar 6.71%. Adanya peningkatan jumlah penduduk ini menandakan banyaknya permintaan akan kebutuhan pangan. Kenaikan jumlah penduduk merupakan prospek yang cerah dalam membuka bermacam - macam bisnis kuliner karena dibutuhkan opsi yang bervariasi untuk bisa memenuhi kebutuhan tersebut.

TABEL 3
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bogor,
2016-2020

Kecamatan	2016	2017	2018	2019	2020
Bogor Selatan	26	26	29	29	na
Bogor Timur	25	25	27	27	na
Bogor Utara	31	33	37	37	na
Bogor Tengah	36	37	40	40	na
Bogor Barat	24	25	28	28	na
Tanah Sereal	33	34	37	37	na
Total	175	180	198	198	120

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bogor (2021)

Berdasarkan data pada tabel diatas, jumlah total restoran dari setiap kecamatan yang berada di Bogor pada tahun 2016 sebanyak 175 restoran, tahun 2017 memiliki 180 restoran, tahun 2018 - 2019 memiliki 198 restoran, dan tahun 2020 memiliki 120 restoran. Walaupun adanya penurunan tetapi dengan kehadiran aplikasi makanan online dapat membantu masyarakat yang ingin menikmati makanan dari bidang bisnis makan dan minum

tersebut menggunakan *delivery* serta ada banyaknya mitra yang bergabung dengan aplikasi tersebut. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau Gojek mengalami peningkatan mitra Go-Food karena adanya pandemi Covid-19, dan mencatat bahwa adanya 50% tingkat kenaikan jumlah total mitra usaha sebanyak 750.000 mitra (Jatmiko, 2021). Selain melakukan jual beli makanan melalui *delivery* online, restoran dan *cafe* yang berada di Bogor kondisinya sudah ramai dimasa Covid-19 dan tetap mengutamakan protokol kesehatan (Ramadhani, 2021).

Tempat bisnis makan dan minum dengan konsep menarik yang terus bermunculan di Bogor adalah seperti Warung Nako termasuk kedalam restoran cepat saji yang menyediakan makanan Indonesia dan minuman kopi dengan desain yang *instagramable*, Lemongrass yang menawarkan konsep restoran modern yang nyaman dan kedai kopi yang menyajikan makanan dengan resep tradisional, Grand Garden Café merupakan sebuah restoran berkonsep *outdoor* yang menyediakan masakan berkonsep Indonesia, Barat, dan Meksiko, dan Kluwih yang merupakan restoran otentik dengan konsep terbuka dan desain menarik (Laily, 2021). Dari pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa sudah banyak restoran berkonsep unik dengan menu – menu makanan otentik bermunculan, dimana hal ini merupakan suatu peluang untuk membuka restoran lain yang memiliki konsep unik dan jenis makanan yang otentik. Namun belum ditemukan restoran dengan menjual roti sebagai hidangan utamanya.

Restoran Egg Drop di Korea Selatan merupakan restoran yang menjual *toast* sebagai menu utamanya. Restoran ini menjadi salah satu

destinasi bagi warga lokal dan pendatang internasional. Hal ini dibuktikan melalui keuntungan mereka yang tetap naik walaupun dimasa pandemi sebesar 40% dalam waktu tiga bulan. Kenaikan yang mereka alami bernilai total Rp 262.000.000.000 (Kim, 2021). Lewat kesuksesan Egg Drop, maka dapat disimpulkan bahwa restoran dengan menu utama roti dapat bersaing dengan restoran – restoran lainnya. Di Indonesia, konsumsi roti terus meningkat. Potensi bisnis roti di Indonesia dapat mencapai nilai Rp 20,5 Triliyun (Hidayat, 2017).

Berdasarkan data diatas dan penjelasan berikut maka terdapat peluang untuk membuka bisnis mengenai roti. Untuk itu akan dibuat bisnis roti dengan nama United Toast yang terletak di kota Bogor. United Toast terinspirasi dari nama Perserikatan Bangsa - Bangsa (*United Nation*) dengan mengangkat tema cita rasa di beberapa negara yang ada di dunia. Restoran ini akan dikhususkan untuk menu - menu roti panggang (*toast*) dengan isian yang beraneka ragam.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis yang akan didirikan dalam beberapa aspek – aspek penting. Tujuan dalam bisnis ini dibagi kedalam tujuan utama dan sub tujuan.

1. Tujuan Utama

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memastikan sebuah bisnis dan menganalisa bahwa restoran United Toast secara menyeluruh dan mendetail agar dapat dioperasikan secara layak dan berkelanjutan.

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran berhubungan untuk menganalisis peluang pasar yang ada pada produk yang nantinya ditawarkan kepada konsumen. Hal yang perlu diperhatikan adalah dari segmentasi pasarnya, pasar sasaran, dan penempatan diri. Serta kita harus juga memperhatikan 8P yang terdiri dari *product, place, price, people, promotion, programming, packaging, serta partnership* agar perusahaan bisnis dapat terus menerus mencapai tujuannya di pasar sasaran mereka. Restoran United Toast ini akan memanfaatkan aspek pasar dan pemasaran dengan sebaik - baiknya untuk mengetahui keinginan pasar dan mengetahui apakah bisnis ini layak atau tidak berada di pasar nantinya, dan diharapkan dapat mencapai tujuannya dan bisa menjadi dikenal oleh masyarakat.

b. Aspek Operasional

Aspek operasional berguna untuk menganalisis kegiatan bisnis yang akan berjalan. Hal yang dibahas adalah mengenai fasilitas, kegiatan, lokasi, barang – barang yang dibutuhkan, dan teknologi. Restoran United Toast ini akan merancang aspek operasional secara efektif, sehingga dapat menilai keinginan dari pelanggan sebagai acuan dalam menentukan pengaplikasian aspek operasional. Mulai dari lokasi yang strategis hingga perancangan penjualan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek organisasi digunakan untuk menentukan dan menyusun pekerjaan dalam unit yang berbeda untuk memperjelas pembagian tugas yang terstruktur antara tanggung jawab, tugas, dan hubungan

dengan individu di dalam kelompok. Serta pelatihan dan pengembangan manusia. Aspek ini berperan dalam melakukan kegiatan perekrutan, penyeleksian, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia secara tepat serta efisien. Restoran United Toast akan menggunakan struktur organisasi yang jelas, melakukan perekrutan dari sumber daya manusia yang siap bekerja.

d. Aspek Keuangan

Aspek keuangan digunakan untuk menganalisis modal, inventori, peralatan, perlengkapan, biaya operasional, pendapatan, BEP, *cashflow*, investasi, utang, dan masih banyak lagi. Restoran United Toast akan mencatat segala bentuk pemasukan, pengeluaran, pinjaman, dan hal-hal lainnya yang berhubungan dengan keuangan. Supaya dalam setiap penggunaannya dapat dikontrol dengan baik dan dikelola dengan sangat teliti supaya bisnis dapat berjalan dengan baik dan nantinya dapat menghitung risiko yang mungkin akan ada.

2. Sub-Tujuan

Sub Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis ini yaitu:

a. Membuka lapangan kerja baru

Dengan dibukanya restoran United Toast maka akan membutuhkan sumber daya manusia yang akan membantu pekerjaan – pekerjaan yang ada di dalam restoran. Maka dari itu lapangan pekerjaan akan diperuntukkan kepada orang – orang yang sudah siap bekerja.

b. Menjadikan *trend* bisnis baru

Dengan dibukanya restoran United Toast dengan berbahan dasar roti merupakan suatu hal yang baru dan dapat menjadi dikenal oleh banyak orang sehingga menjadi gaya yang baru.

c. Berpotensi menciptakan waralaba

Jika restoran United Toast telah dibuka dan dijalankan, maka nantinya dapat menimbulkan potensi terjadinya waralaba dengan tujuan memperluas jangkauan restoran.

d. Membuka peluang kerjasama dengan perusahaan lain Restoran United Toast akan melakukan kerjasama kepada berbagai pihak dan bisa menjadi kerjasama yang saling menguntungkan.

C. Metodologi

Metodologi merupakan hal yang penting dalam melakukan sebuah penelitian termasuk terhadap penelitian kelayakan bisnis karena dengan menganalisa metodologi yang digunakan dapat membantu menemukan kebenaran yang dikaji secara akurat dan melalui ilmu - ilmu secara ilmiah sehingga dapat menghasilkan Studi Kelayakan Bisnis yang tepat dan dipercaya melalui data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012, hal. 139). Pengumpulan data primer ini akan dilakukan melalui kuesioner dan observasi, serta didukung dengan data sekunder.

a. Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk pengumpulan data melalui daftar – daftar pertanyaan yang ditanyakan secara tertulis kepada seseorang atau kelompok untuk mendapatkan jawaban atau informasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian (Mardalis, 2008). Kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan data kuantitatif dalam jumlah yang banyak melalui elektronik ataupun secara langsung. Penyebaran pertanyaan atau kuesioner ini dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) *Personally Administered Questionnaire*
- 2) *Mail and Electronic Questionnaire*

Populasi adalah tertuju kepada keseluruhan kelompok orang, hal minat dan kejadian yang akan diselidiki/diinvestigasikan oleh peneliti (Bogie, 2013, hal. 240). Disamping itu, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008, hal. 62) Terdapat dua macam teknik sampling untuk mempermudah mendapatkan data penelitian yaitu:

- 1) *Probability Sampling*
- 2) *Non-Probability Sampling*

Uji Validitas dan Reliabilitas selanjutnya dilakukan setelah kuesioner dibuat untuk mengukur kevaliditasan kuesioner tersebut dan untuk menunjukkan nilai yang tepat terhadap alat pengukur. Dalam penelitian ini akan disebarkan kuesioner secara *online* dengan aplikasi *google form*. Target populasi yang akan digunakan

oleh peneliti sebanyak 210 responden yang bertempat tinggal di Bogor dan sekitarnya. Cara dalam penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *non - probability sampling*. Kemudian hasil dari kuesioner tersebut akan diolah dalam SPSS *Statistics* untuk mempermudah peneliti dalam menghitung dan mendapatkan data yang valid dan untuk mengukur nilai konsistensinya.

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Widoyoko, 2014, hal. 46). Observasi digunakan agar peneliti dapat mengetahui kondisi pasar sebenarnya secara langsung untuk mendukung data yang didapatnya. Observasi dibagi kedalam dua jenis berdasarkan prosedur pelaksanaannya yaitu:

- 1) Observasi Terstruktur
- 2) Observasi Tidak Terstruktur

Observasi dibagi kedalam dua jenis berdasarkan hubungan observasinya:

- 1) Observasi Partisipan
- 2) Observasi Non-Partisipan

Dalam melakukan penelitian ini, pengamatan yang dilakukan adalah dengan observasi tidak terstruktur tanpa alat - alat peka tetapi menggunakan panduan lembar observasi sebagai pedoman

yang berisikan garis besar dan hal apa saja yang akan diteliti. Selain itu, peneliti juga menggunakan observasi partisipan yang melibatkan diri dalam situasi saat itu.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan (Ulber, 2012, hal. 289). Data sekunder berupa laporan historis, catatan serta bukti – bukti yang disusun dalam sebuah data yang telah ada atau belum ditampilkan. Ketika peneliti mengumpulkan data sekunder, peneliti harus mengetahui terlebih dahulu tujuan utama dan jawaban seperti apa yang ingin didapatkan serta permasalahan apa saja yang ingin ditemukan, data yang didapat apakah sudah mendukung penelitian dan relevan dengan kondisi sekarang ini. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan data sekunder untuk mendukung dan memperlengkap data awal dan primer yang didapat langsung dari hasil kuesioner yang diolah melalui SPSS dan hasil observasi, serta data - data statistik eksternal yang bersumber dari jurnal, buku cetak, *e-book*, dan laporan riset.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Restoran adalah suatu tempat yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan dan minuman (A.W Marsum,

2005). Restoran menjadi salah satu gaya hidup manusia pada zaman ini karena dengan ini mereka dapat melepaskan kesuntukan dengan menikmati pelayanan dan makanan dan minuman yang mereka sukai serta keunikan dari restoran itu sendiri sebagai salah satu daya tarik bagi konsumennya.

2. Sejarah Restoran

Sejarah restoran dimulai pada 12000 tahun SM ketika bangsa Denmark menggunakan dapur besar untuk memasak dan menyiapkan hidangan untuk sekelompok orang secara bersama – sama. 400 tahun SM merupakan waktu pertama didirikannya cabaret untuk menjual minuman keras. Tahun 1200, di kota London ada bermunculan warung makanan yang bisa dibawa pulang dan berkembang menjadi restoran dengan fasilitas yang baik seperti menggunakan *tablecloth*, peralatan makanan dan minuman yang ditata diatas meja secara rapi, makanan yang disusun dengan cantik diatas piring besar dan dihias. Pada abad ke -16 seseorang yang bernama *Catherine de Medici* membawa juru masak Italia untuk memperbaiki keahlian memasak di kerajaan. Selain beliau, *Oliver de Serres* juga ikut mendemonstrasikan mengenai sayuran dengan penampilan yang baik untuk menu diet. Beliau menjadikan *Raja Louis XIV* sebagai juru masak profesional dan kreatif yang menjadikan Perancis adalah negara yang dapat mengolah makanan. Restoran sup pertama kali dibuka pada tahun 1765 oleh *Monsier Boulanger* yang diberi nama “*Venite Adme Omnes Qui Stomacho*

Laboratoris Et Ego Restaurabo Vos”, yang artinya jika anda lapar datang kepada saya dan saya akan memulihkan kondisi anda. Pada zaman Romawi Kuno makan diluar rumah merupakan hal yang menyenangkan. Salah satu bukti adalah peninggalan *Herculaneum* di Naples pada tahun 70 Masehi berupa kuburan yang ditimbuni dengan lava lumpur. Di sepanjang jalanan tersebut, terdapat banyak bar makanan kecil seperti roti, anggur, kacang, kurma, dan makanan hangat lainnya dengan bentuk kios yang terbuat dari marmer. Setelah tahun 1200 mulai muncul *Coffee House* sebagai cikal bakal munculnya restoran saat ini (Soekresno, 2000).

3. Klasifikasi Restoran

Restoran dikategorikan kedalam dua hal kepemilikan yaitu *Independent Restaurant* yang dimiliki oleh individu dan memiliki keterlibatan langsung dalam operasional dan *Chain Restaurant* yang memiliki cabang dengan konsep, target pasar, dan jenis makanan yang sama dan membentuk sebuah kelompok (J.R Walker, 2019). Restoran didasarkan pada jenis restoran yaitu (Walker, 2017, hal. 283 - 295)

a. *Steak House Restaurant*,

Restoran yang hanya menyediakan steak daging merah sebagai menu makanannya.

b. *Ethnic Restaurant*,

Restoran yang menawarkan konsep menu khas daerah atau latar belakang dari pemiliknya.

c. Theme Restaurant,

Restoran yang menyajikan makanan serta pengalaman yang menyenangkan. Memiliki konsep seperti aktivitas, hobi, kemewahan dari pemilik.

d. Quick Service Restaurant,

Restoran yang menyajikan makanan yang cepat matang, pelayanannya adalah *self service*

e. Family Restaurant,

Restoran ini memiliki konsep informal dan menawarkan menu yang khusus menyenangkan keluarga.

f. Casual Dining Restaurant,

Restoran yang mengikuti tren dengan menawarkan menu yang bervariasi dan banyak.

g. Fine Dining Restaurant,

Restoran ini menyediakan sajian makanan sebanyak 15 sajian dari pembuka hingga penutup. Pelanggan akan dilayani dengan baik dan dengan konsep yang mewah serta elegan. Restoran ini biasanya dikategorikan formal.

h. Coffee Shop,

Restoran ini memiliki konsep yang menyediakan suasana hangat, nyaman dengan musik lembut yang menawarkan menu kopi dengan kue kering sebagai menu utama.

i. Celebrity Restaurant,

Restoran yang dimiliki oleh selebriti dengan dekorasi desain ruangan, suasana, dan sensasi yang berbeda.

4. Jenis Pelayanan Restoran

Pelayanan dalam sebuah restoran dibagi kedalam beberapa jenis yaitu (J.R Walker, 2019):

a. *Self-Service*,

Pelanggan langsung memilih makanan dan memesan serta membayar secara langsung di kasir, kemudian membawa makanannya sendiri ke meja makannya.

b. *The Carousel*,

Di dalam restoran sudah disiapkan makanannya dan diletakkan di suatu tempat khusus yang bergerak sehingga pelanggan dapat memilih makannya sendiri.

c. *Vending*,

Mesin dengan tombol khusus untuk memesan makanan dan minumannya dan produknya akan keluar dengan sendirinya.

b. *Buffet*

Pelanggan dapat memilih makanannya sendiri dengan jumlah yang diinginkan dari meja yang telah ditentukan.

e. *The Carvey*,

Pelanggan dapat memilih bahan makanannya kemudian juru masak akan memasak secara langsung dari bahan tersebut.

f. *Take Away*,

Pelanggan dapat memesan dan membayar makanannya secara

langsung, dan membawa pulang makanannya dengan tempat khusus.

g. *The Traditional Cafeteria,*

Pelanggan mengambil nampan dan peralatan makan sendiri melalui etalase khusus yang nantinya juru masak akan langsung menyajikan makanan, dan membayar setelah selesai mengambil makanannya.

h. *Counter Service,*

Pelanggan dilayani oleh juru masak dan langsung diolah makannya di depan tamu.

i. *Table Service,*

Pelanggan akan dilayani oleh pramusaji restoran, dan menempatkan pesanan di meja pelanggan secara langsung.

j. *Banquet,*

Dilakukan disaat tertentu seperti acara pernikahan, ulang tahun dimana pelanggan akan duduk pada meja yang telah diatur dengan bentuk tertentu. Kemudian karyawan akan menyajikan makannya sambil berjalannya acara.

k. *Room Service,*

Dilakukan di hotel dimana pelanggan akan menghubungi dengan telepon kemudian pramusaji akan menyiapkan dan mengantar secara langsung ke kamar.

l. *Centralized Tray,*

Makanan yang disediakan akan disusun dalam nampan kemudian

diberikan secara langsung kepada pelanggan ditempatnya saat itu.

m. *Drive Thru*,

Pelanggan menggunakan kendaraan dan memesan melalui kendaraan di jendela restoran. Pramusaji akan segera menyiapkan, memberikan, dan memproses pembayaran pelanggan tanpa harus pergi ke dalam restoran.

5. Jenis Menu Restoran

Menu merupakan daftar hidangan yang dibuat oleh restoran untuk pelanggan dapat memesan makanan melalui daftar tersebut (Gregorie, 2016, hal. 42). Klasifikasi jenis menu di restoran dibagi kedalam lima (Gregorie, 2016, hal. 44 - 45). Berikut jenis menu di restoran:

a. *Table D'hote Menu*,

Menu paket yang telah ditetapkan oleh pemilik restoran dengan harga yang tetap. Menu ini biasanya terdiri dari hidangan pembuka hingga hidangan penutup.

b. *A'La Carte Menu*,

Menu yang beragam dengan harga yang berbeda - beda. Biasanya menu ini berbentuk jenis makanan tunggal yang dapat dipilih berdasarkan keinginan pelanggan.

c. *Static Menu*,

Menu yang tersedia setiap hari karena permintaan tinggi dari pelanggan.

d. *Cycle Menu*,

Menu variasi makanan yang berganti - ganti pada suatu periode seperti setiap bulan atau setiap minggu.

e. *Single Use Menu*,

Menu yang ada hanya pada hari tertentu dan kemungkinan ada menu tersebut kembali cukup kecil.

6. Aspek Teknis Restoran

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 pasal 7 ayat 1 mengenai Standar Usaha Restoran dikatakan bahwa terdapat persyaratan dan pedoman yang terdiri beberapa aspek yaitu:

a. Aspek Produk

1) Ruang Makan dan Minum,

Luas ruangan yang disesuaikan dengan kapasitas tempat duduk dan adanya sirkulasi udara dan pencahayaan yang cukup.

2) Penyediaan Makanan dan Minuman,

Paling sedikit satu menu makanan dan tiga menu minuman, memiliki resep sesuai dengan jumlah makanan dan minuman yang dibuat.

3) Fasilitas Penunjang,

Memiliki toilet yang bersih dan terawat, meja dan kursi serta peralatan makan yang memenuhi persyaratan *hygiene* sanitasi, daftar menu makanan dan minuman disertai harganya, ruangan atau tempat (dapur), berikut

peralatan/perlengkapan, sarana penunjang pengolahan bahan makanan, dan Peralatan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4) Kelengkapan Bangunan,

Papan nama dengan tulisan yang terbaca dan dipasang pada tempat yang terlihat dengan jelas.

b. Aspek Pelayanan

1) Tata Cara Pelayanan Sederhana,

Penyambutan dan penerimaan tamu, penyajian makanan dan minuman, pembayaran, pengangkatan peralatan kotor, dan pelayanan penanganan keluhan tamu.

c. Aspek Pengelolaan

1) Manajemen,

Penyimpanan bahan makanan dan minuman yang memenuhi *hygiene* sanitasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, pengolahan bahan makanan dan minuman sesuai dengan standar kesehatan dan keamanan pangan, dan memiliki sertifikat laik *hygiene* sanitasi restoran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

2) Sumber Daya Manusia,

Melaksanakan program peningkatan kompetensi, dan karyawan menggunakan pakaian yang bersih dan sopan.

3) Sarana, dan Prasarana,

Area administrasi yang dilengkapi dengan perlengkapan dan peralatan, tempat penampungan sampah, instalasi listrik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan, instalasi gas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan, dan instalasi air bersih sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

7. Fasilitas Restoran

Fasilitas restoran pada awalnya merupakan alat - alat yang dibutuhkan di dalam restoran. Peralatan yang dibutuhkan dibagi kedalam beberapa jenis Berikut ini adalah peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan (2, 2021):

a. Perlengkapan Restoran,

Meja dengan berbagai ukuran dan bentuk yang bervariasi, kursi yang disesuaikan dengan jenis restoran, *side stand* sebagai alat bantu pelayanan yang memiliki kotak dan laci, dispenser berupa sebuah meja panjang yang diletakkan di tempat strategis, dan *gueridon* untuk membawa makanan dalam jumlah banyak dan keperluan *clear-up*.

b. Perlengkapan Meja Makan,

Salt, and Pepper Shaker, ashtray, flower vase, table number, creamer / milk jug, napkin, sugar bowl, sugar spoon, toothholder, candle holder, jam dish, dan spoon. Semua itu dibutuhkan di dalam fasilitas perlengkapan meja.

c. Peralatan Makan,

Peralatan makan sangat banyak jenisnya, sehingga dibagi kedalam beberapa kelompok yaitu:

1) *Silver Ware*,

Alat - alat yang dipergunakan untuk memotong, terbuat dari bahan perak.

2) *China Ware*,

Alat - alat pecah belah yang terbuat dari keramik.

3) *Glass Ware*,

Peralatan yang difungsikan sebagai tempat minum berbahan kaca.

4) *Linen*,

Terdiri dari *moulton*, *place mats*, *table cloth*, *guest napkin*, *skirting*, *cleaning towels*, dan *glass towel*.

8. Manajemen Operasional

Manajemen operasional adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah masukan menjadi hasil (Heizer & Render, 2015).

Ruang lingkup manajemen operasional berkaitan dengan pengoperasian sistem, pemilihan serta penyiapan sistem operasi yang mempengaruhi 10 keputusan (Heizer & Render, 2015). Berikut ini adalah 10 keputusan tersebut:

a. Desain Barang dan Jasa,

Hal - hal apa saja yang diperlukan dari kegiatan operasi seperti desain produk yang menentukan batas bawah dari biaya dan batas atas dari kualitas.

b. Pengelolaan Kualitas,

Menentukan ekspektasi kualitas dari pelanggan serta membuat kebijakan dan prosedur untuk mencapai kualitas.

c. Desain Proses dan Kapasitas,

Menentukan barang dan jasa yang dihasilkan baik dan menjalankan manajemen terhadap teknologi, kualitas, SDM, dan investasi modal.

d. Strategi Lokasi,

Menentukan lokasi usaha akan dibangun dengan memperhatikan penilaian kedekatan dengan pelanggan dan supplier serta mempertimbangkan biaya, infrastruktur, dan aturan - aturan pemerintah.

e. Strategi Tata Ruang,

Menentukan tata ruang fasilitas kerja untuk memperlancar proses operasional usaha.

f. Sumber Daya Manusia dan Desain Pekerjaan,

Menentukan cara untuk merekrut, memotivasi, dan mempertahankan karyawan yang memiliki kemampuan sesuai dengan yang dibutuhkan.

g. Manajemen Rantai Pasokan,

Menentukan cara untuk mengintegrasikan rantai pasokan ke dalam strategi perusahaan seperti menentukan barang - barang yang akan dibeli, *supplier* nya, dan persyaratan yang dibutuhkan.

h. Manajemen Persediaan,

Menentukan sebuah keputusan pemesanan dan persediaan dengan mempertimbangkan kapabilitas *supplier* beserta jadwal produksi.

i. Penjadwalan,

Menentukan jangka waktu menengah dan pendek secara efektif dan efisien baik karyawan dan fasilitas.

j. Pemeliharaan,

Menentukan karyawan yang bertanggung jawab dalam melakukan pemeliharaan agar kualitas tetap baik dan terjaga.

9. Definisi Roti

Roti adalah salah satu olahan pangan yang terbentuk dari fermentasi terigu dengan menggunakan ragi atau bahan pengembang lainnya kemudian dipanggang (Mudjajanto, 2004). Roti tawar adalah suatu produk roti yang terbuat dari tepung terigu berprotein tinggi, lemak, ragi yang melalui proses peragian dengan ragi roti dan kemudian adonan roti dipanggang (Suburi, 2010). Roti dibagi kedalam lima jenis (Syarbini, 2013, hal. 4). Berikut ini adalah jenis roti:

TABEL 4
Jenis Roti

No.	Jenis Roti	Keterangan
1	<i>Country Bread</i>	Roti Eropa yang dibuat menggunakan atau tanpa gula dan margarin, bertekstur kering dan renyah
2	<i>Fiber Bread</i>	Roti yang ditambah biji seperti <i>barley</i> dan <i>oats</i> untuk menambahkan serat.
3	<i>Rey Bread</i>	Roti bertekstur keras dengan fermentasi 12 – 24 jam serta ditambahkan asam.
4	Roti Manis	Roti yang bertekstur lembut dan manis dengan kadar gula dan margarin >10
5	Roti Tawar	Roti berwarna putih yang empuk dengan kandungan lemak dan gula <10

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

11. Konsep Bisnis

United Toast adalah sebuah restoran yang khusus menjual roti panggang isi dengan isian menarik yang berasal dari menu populer dari negara - negara yang terkenal di dunia, dan juga minuman - minuman yang berasal dari negara tersebut. Tema ini sengaja dirancang agar menjadi keunikan dari restoran lain serta memperkenalkan makanan - makanan populer dari negara - negara lain. Restorannya akan di desain menarik dan nyaman untuk bersantai dengan dekorasi bendera mancanegara dan didominasi dengan warna biru muda dan putih.

Negara - negara yang akan diangkat menjadi menu makanan di restoran ini adalah Amerika, Mexico, Swedia, Korea, Jepang, Italia, dan Indonesia, dan *Custom*. Dimana total menu nya saat ini adalah 7+1 (tujuh plus satu).

Amerika memiliki beberapa makanan khas yang populer dan salah satunya adalah Hamburger yang menjadi menu favorit hampir diseluruh dunia dan dibuat dengan berbagai varian serta dapat menggunakan *topping* apapun (Abdi, 2020). Restoran United Toast akan menggunakan jenis makanan ini dan di kreasikan dengan nama American Toast yaitu roti yang dipanggang dengan isi daging, sayur, dan saus. Meksiko memiliki beberapa makanan khas yang unik dan sedap, salah satunya adalah Taco yang terbuat dari Tortilla dengan isian daging, sayuran dan saus (Eleanor, 2021). Restoran United Toast akan menggunakan jenis makanan ini dan dikreasikan dengan mengganti tortilla dengan roti panggang yang berisikan potongan nachos, potongan tomat, dan guacamole yang akan diberikan nama Mexican Toast. Swedia memiliki hidangan *Swedish meatballs* yaitu bola daging yang ditambahkan saus, selai buah *lingonberry*, dan kentang tumbuk atau rebus. Makanan ini merupakan makanan dari budaya Swedia yang dipengaruhi oleh budaya lainnya (Ashari, 2019). Restoran United Toast akan menggunakan jenis makanan ini dan dikreasikan dengan roti panggang yang berisikan daging, saus *gravy*, dan selai *blueberry* dan diberi nama Sweedish Toast. Makanan khas Italia di Indonesia sudah banyak dijual seperti pizza dan mudah dijumpai diseluruh dunia. Selain pizza masih banyak makanan khas lainnya

seperti lasagna. Lasagna diisi dengan daging, sayur, ayam, makanan laut, dan dilengkapi dengan kulit lasagna yang terbuat dari adonan tepung terigu dan dipanggang (Sari, 2021)

Restoran United Toast akan mengambil jenis makanan ini dan dikreasikan dengan nama Italian Toast yaitu roti panggang yang berisikan daging ham dengan saus bolognese. Makanan khas yang terkenal di Jepang salah satunya adalah mentaiko atau mentai yang terbuat dari kantong telur utuh pollack yang diawetkan dengan garam dan diasinkan dalam berbagai bumbu dan rempah – rempah. Mentai juga dapat dikombinasikan dengan bahan lain seperti saus dan onigiri (Sendari, 2021).

Restoran United Toast akan mengambil jenis makanan ini dan dikreasikan dengan nama Japanesse Toast terbuat dari roti panggang yang berisikan ikan salmon dan saus mentai yaitu saus sambal dan mayonaise. Sambal merupakan kondimen wajib yang ada untuk makanan Indonesia dan tidak dipisahkan dari keseharian masyarakat Indonesia itu sendiri. Sambal matah adalah sambal dari Bali yang sedang naik daun menggunakan bahan – bahan yang diiris dan disiram oleh minyak panas (Ginanti, 2020). Restoran United Toast akan mengkreasikan dengan nama Indonesian Toast yaitu roti panggang berisikan ayam goreng tepung dengan sambal matah dan sayuran. Korea memiliki makanan khas yang populer sampai ke berbagai negara lain. Salah satunya adalah

tteokbokki yaitu makanan pedas khas yang terbuat dari kue beras, kue ikan, sayuran, dan saus cabai merah manis (Nahdiat, 2021). Restoran United Toast akan mengkreasikan dengan roti panggang yang berisikan daging, telur, dan saus samyang dengan nama Korean Toast. Menu custom akan dikreasikan dengan tiga isian yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan konsumen. Pilihan yang diberikan ini berupa daging sapi/ikan/ayam, saus nya bolognese/mentai/ sambal matah/samyang, dengan topping keju/guacamole.

Selain menu makanan, ada juga menu – menu minuman populer dan khas yang berasal dari beberapa negara di dunia. Negara – negara yang diangkat menjadi menu minuman di restoran adalah Vietnam, Spanyol, India, Yunani, dan dilengkapi dengan minuman *softdrink*, *tea*, dan juga air mineral. Spanyol terkenal dengan beberapa minuman khas yang populer menawarkan minuman alkohol sebagai minuman tradisionalnya, tetapi ada juga minuman yang tidak mengandung alkohol. Salah satunya adalah Horchata yang terbuat dari beras, almond panggang, kayu manis, dan jeruk nipis serta eskrim (Wei, 2018). Restoran United Toast akan menggunakan Horchata sebagai menu minuman yang diberi nama S Horchata yang sudah dimodifikasi dengan beras, susu, dan kayu manis.

Vietnam terkenal dengan kopinya, tetapi ada juga minuman khas yang memiliki perpaduan antara telur dan soda, yaitu Egg Soda dengan kesegarannya dan rasa manis yang bercampur jadi satu (Pamungkas, 2021). Restoran United Toast akan menggunakan jenis minuman ini dan akan diberi nama V Egg Soda yang terbuat dari merah telur, crème bubuk, vanilla, dan air soda. Yunani terkenal dengan Frappe, dan banyak diminati masyarakat Indonesia. Frappe juga dapat dibuat menggunakan kopi atau tidak (Christavent, 2019). Restoran United Toast akan menggunakan jenis minuman ini dengan nama Y Frappe untuk melengkapi kesegaran minuman – minuman lainnya dengan isian kopi yang dicampur dengan susu dan diblender, dan dengan topping saus caramel. Mango Lassi adalah minuman asal India yang populer di Pakistan, India hingga desa – desa kawasan Punjab (Sari, 2020). Restoran United Toast akan menggunakan jenis minuman ini yang diberi nama I Manggo Lassi dengan bahan buah mangga, yogurt dan susu yang diblender dan diberikan sentuhan kayu manis.

Restoran United Toast ini akan dibuka di Kota Bogor terletak di Villa Duta Raya No 2A, dimana Bogor sudah menjadi aktivitas nasional perdagangan, komunikasi, transportasi, industri, dan pariwisata. Saat ini Bogor sudah termasuk kedalam Kawasan Strategis Nasional Perkotaan Jabodetabekpunjur, dan pada tahun 2016 yang lalu Bogor

mendapatkan predikat gelar *“The Most Loveable City”* sedunia oleh WWF (Purwanto, 2021). Dengan adanya hal tersebut diharapkan restoran United Toast akan bisa menjadi salah satu restoran yang populer di Bogor dengan ramai pengunjungnya.

