

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata memiliki peranan penting bagi kesejahteraan masyarakat dan perekonomian Indonesia. Hal ini sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Bab II Pasal 3 yang menyatakan bahwa pariwisata berfungsi dalam pemenuhan kebutuhan jasmani, jiwa, dan intelektual para wisatawan serta meningkatkan pendapatan negara sehingga terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Rosiadi et al. (2018, hal. 13) dalam “Cakupan Aktivitas Pariwisata dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2015” mengemukakan bahwa usaha makan dan minum merupakan salah satu bidang usaha dalam industri pariwisata yang menyediakan hidangan makanan dan minuman serta memiliki peralatan dan perlengkapan untuk membuat, menyimpan, dan menyajikan hidangan tersebut.

Usaha makan dan minum berpotensi untuk terus berkembang. Hal ini dikarenakan menurut Cousins et al. (2014, hal. 10), terdapat lima alasan orang-orang pergi dan makan di luar. Hal pertama adalah untuk kebutuhan fisiologis, yaitu memuaskan selera makan dan dahaga serta memenuhi kebutuhan akan makanan tertentu. Hal kedua adalah untuk kebutuhan ekonomis, yaitu untuk memenuhi kebutuhan nilai yang baik, layanan yang cepat, dan lokasi yang nyaman. Hal ketiga adalah untuk kebutuhan sosial untuk berpergian dengan teman, keluarga, ataupun rekan bisnis dan menghadiri acara-acara tertentu. Hal keempat adalah untuk kebutuhan psikologis dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup dan variasi, meningkatkan harga diri, serta hasil dari iklan dan promosi.

Hal kelima adalah untuk kenyamanan dan kepraktisan. Dengan demikian, restoran adalah jenis usaha yang berpotensi untuk terus berkembang karena manusia membutuhkan makan dan minum di luar demi memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Selain itu, usaha makan dan minum di Indonesia memiliki potensi untuk terus berkembang dikarenakan adanya peningkatan rata-rata pengeluaran per kapita terhadap kelompok barang makanan.

TABEL 1
Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan
Menurut Kelompok Barang di Indonesia

Kelompok Barang	2017	2018	2019
Makanan	Rp 527.956	Rp 556.899	Rp 572.551
Bukan Makanan	Rp 508.541	Rp 567.818	Rp 592.690
Jumlah	Rp 1.036.497	Rp 1.124.717	Rp 1.165.241

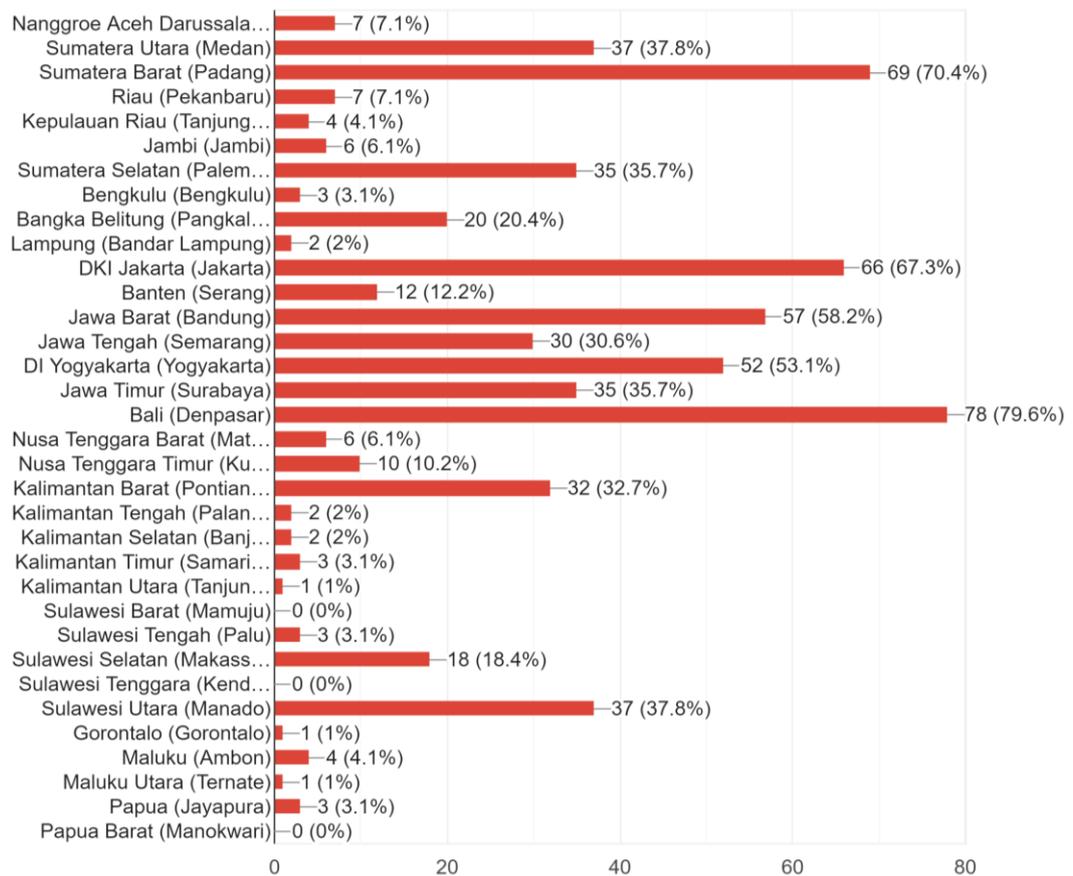
Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2020)

Berdasarkan data dalam Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa pengeluaran per orang sebulan dalam kelompok barang makanan meningkat dari tahun 2017 hingga 2019. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengeluaran masyarakat Indonesia terdapat pada makanan. Hal ini dikarenakan estimasi rata-rata proporsi pengeluaran masyarakat Indonesia per orang untuk makanan adalah 50% dengan jumlah mencapai Rp 572.551 sebulannya pada 2019. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis di bidang makanan dan minuman berpotensi besar untuk dapat berkembang di Indonesia.

Indonesia memiliki aneka ragam hidangan makanan dan minuman yang khas. Beberapa makanan khas Indonesia dibuat dengan bahan-bahan yang hanya dapat ditemui di daerah tertentu sehingga membuat setiap daerah mempunyai makanan dengan ciri khas dan keunikannya masing-masing. Berdasarkan survei yang telah dilakukan terhadap 100 responden yang

berdomisili di wilayah Jabodetabek, sebanyak 98% menyukai makanan Indonesia. Survei dilakukan lebih lanjut terhadap 98% responden tersebut untuk mengetahui makanan dari daerah mana yang paling diminati responden. Berdasarkan Gambar 1, dapat disimpulkan bahwa makanan dari Provinsi Bali merupakan makanan Indonesia yang paling diminati responden, dimana sebanyak 79,6% responden menyukai makanan dari Provinsi Bali.

GAMBAR 1
Makanan Indonesia yang Diminati Masyarakat Jabodetabek Menurut Provinsi di Indonesia



Sumber: Hasil Olah Data (2021)

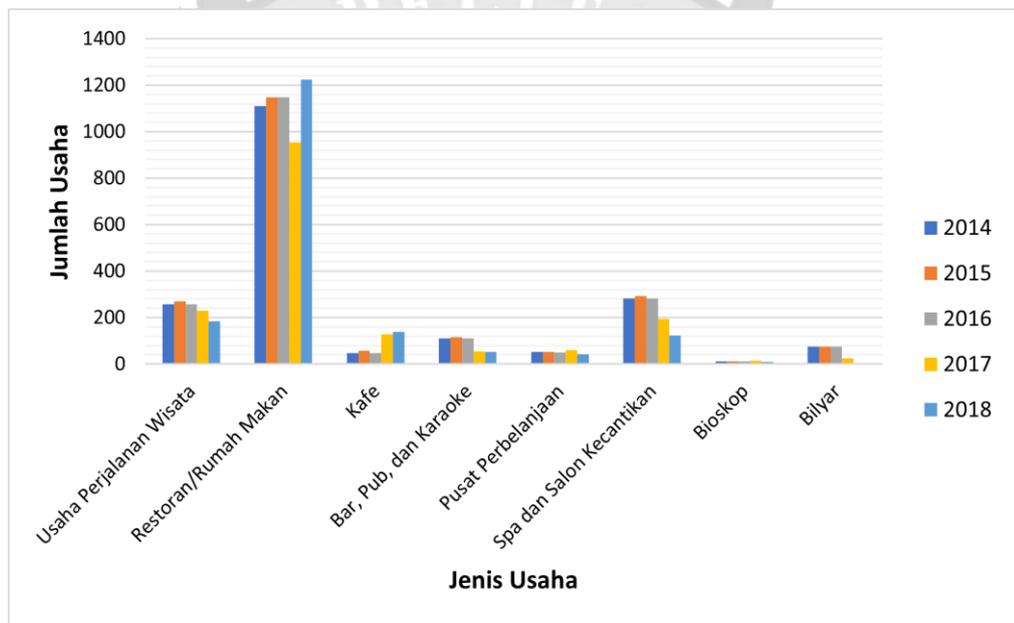
Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa ide bisnis makanan dari Provinsi Bali memiliki potensi untuk diminati oleh masyarakat Jabodetabek.

Modifikasi produk berbasis kearifan lokal membuat makanan Indonesia semakin diterima masyarakat. Hal tersebut didukung jurnal penelitian dengan judul “Peningkatan Minat terhadap Makanan Tradisional melalui Modifikasi Topping Kue Lupis Bakar Kekinian” yang menyimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap kue lupis bakar meningkat setelah dilakukannya modifikasi dalam hal varian *topping* (Putri, 2019, hal. 6). Selain itu, terdapat jurnal “Modifikasi Makanan Tradisional Bali Berbahan Dasar Ayam sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Mengwi Badung” yang mengemukakan bahwa minat wisatawan terhadap makanan tradisional yang dimodifikasi lebih tinggi dibandingkan makanan tradisional itu sendiri, sehingga inovasi makanan merupakan hal yang penting untuk dapat menarik wisatawan (Sutaguna, 2017, hal. 119). Hal ini menunjukkan bahwa modifikasi masakan Indonesia memiliki potensi untuk diminati oleh masyarakat.

Restoran *Korean barbecue* dikenal sebagai salah satu kuliner yang direspon secara positif oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek, seluruh responden mengaku pernah makan di restoran *Korean barbecue* atau sejenisnya dan 99% diantaranya menyukai pengalaman bersantap di restoran tersebut. Pengunjung restoran *Korean barbecue* tidak hanya datang untuk makanannya, namun juga untuk pengalaman bersantap yang berbeda dari restoran pada umumnya karena pengunjung dapat terlibat dalam proses memasak. Tamara dan Suyanto (2019, hal 298-299) dalam “Analisis Faktor-faktor yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen dari Makanan Tradisional menjadi Makanan Korea di Indonesia” mengemukakan empat faktor yang berpengaruh

terhadap perubahan minat masyarakat tersebut, yaitu faktor produk dalam hal keunikan makanan, faktor lokasi dalam hal fasilitas dan kenyamanan, faktor harga dalam hal keterjangkauan harga, serta faktor gaya hidup. Berdasarkan seluruh uraian data di atas, bisnis restoran khas Bali dengan modifikasi gaya masak *Korean barbecue* dapat menjadi pilihan yang baik.

GAMBAR 2
Banyaknya Unit Usaha Pendukung Sektor Pariwisata di Provinsi Banten pada Tahun 2014-2018



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2019)

Usaha restoran merupakan salah satu jenis bidang usaha yang berpotensi untuk berkembang di Provinsi Banten. Berdasarkan Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa usaha restoran di Provinsi Banten cenderung meningkat dari tahun 2014 hingga 2018. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten mencatat adanya 1.110 unit restoran di Provinsi Banten pada 2014. Pada tahun 2018, jumlah usaha restoran mencapai angka 1.224 unit. Diketahui juga bahwa usaha restoran merupakan unit usaha pendukung sektor pariwisata dengan jumlah usaha paling banyak di Provinsi Banten. Hal ini menunjukkan adanya

perkembangan dan daya tahan yang baik dalam usaha restoran di Provinsi Banten.

TABEL 2
Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku
Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Banten Tahun 2017-2020

Lapangan Usaha PDRB	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kategori Lapangan Usaha (Miliar Rupiah)			
	2020	2019	2018	2017
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	39.028,70	37.021,57	35.573,82	33.265,71
Pertambangan dan Penggalian	4.274,62	4.377,04	4.272,13	4.146,09
Industri Pengolahan	195.499,35	203.359,87	191.862,88	179.931,24
Pengadaan Listrik dan Gas	10.511,22	12.072,66	12.770,04	11.984,08
Pengadaan Air	552,60	511,36	481,83	449,42
Konstruksi	71.586,75	73.327,25	65.452,94	58.182,25
Perdagangan Besar dan Eceran, dan Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	83.513,03	84.324,91	76.660,79	69.275,35
Transportasi dan Pergudangan	40.454,71	71.245,05	67.325,20	61.257,75
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	15.153,29	15.848,59	14.632,81	13.477,23
Informasi dan Komunikasi	25.200,74	23.278,14	21.695,57	20.484,98
Jasa Keuangan	20.300,42	19.713,72	18.929,68	17.063,67
Real Estate	54.278,47	52.186,16	46.579,27	42.103,76
Jasa Perusahaan	7.325,21	7.492,68	6.674,14	6.082,32
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	14.210,48	13.657,22	12.301,12	11.458,84
Jasa Pendidikan	24.502,95	23.716,27	21.129,74	18.648,87
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	9.183,23	8.369,18	7.444,37	6.655,41
Jasa lainnya	10.861,69	11.149,97	10.018,08	9.130,73
PDRB	626.437,44	661.651,64	613.804,41	563.597,70

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2021)

Berdasarkan data dalam Tabel 2, produk domestik regional bruto di Provinsi Banten dalam usaha penginapan serta makanan dan minuman juga cenderung

meningkat dari tahun 2017 hingga 2020 sehingga dapat disimpulkan bahwa perekonomian wilayah Banten sebelum masa pandemi dalam sektor usaha makanan dan minuman terus berkembang setiap tahunnya.

TABEL 3
Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten
Tahun 2018-2020 (dalam Jiwa)

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

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2021)

Kelancaran operasional sebuah restoran tidak terlepas dari adanya kebutuhan dan permintaan dari masyarakat. Kebutuhan dan permintaan masyarakat secara otomatis dipengaruhi oleh jumlah penduduk di wilayah tersebut. Berdasarkan data yang ada pada Tabel 3, Kabupaten Tangerang menempati urutan pertama dalam jumlah penduduk di Provinsi Banten pada tahun 2018 hingga 2020. Kabupaten Tangerang memiliki jumlah penduduk yang banyak dibandingkan wilayah lainnya yang ada dalam Provinsi Banten dengan angka mencapai 3.245.619 jiwa pada tahun 2020. Oleh sebab itu, kebutuhan dan permintaan makanan dan minuman di wilayah Kabupaten Tangerang akan berjumlah banyak.

Kawasan Gading Serpong termasuk dalam wilayah Kabupaten Tangerang. Menurut Ahmed Zaki Iskandar selaku Bupati Tangerang dalam

wawancaranya dengan media *online* Property & Bank pada 2016, Gading Serpong adalah pusat ekonomi baru terpenting di Tangerang dan bahkan se-Jabodetabek. Selain itu, Eddy Ganefo, Ketua Umum DPP Asosiasi Pengembang Permukiman dan Perumahan Seluruh Indonesia (Apersi), dalam wawancara dengan media *online* Property & Bank juga memiliki pendapat yang serupa dengan Bupati Tangerang karena Gading Serpong dinilai sangat strategis dan memiliki fasilitas yang lengkap dibandingkan dengan wilayah lainnya di Provinsi Banten. Pasar yang menjadi target dalam studi kelayakan bisnis ini adalah orang muda di usia produktif, seperti mahasiswa dan karyawan yang menyukai pengalaman bersantap yang baru dan menyenangkan, sehingga cocok dengan masakan Bali yang dikemas dalam konsep yang berbeda. Oleh sebab itu, kawasan Gading Serpong dipilih sebagai lokasi yang potensial karena banyaknya perkantoran seperti Graha Anabatic Tower, Plaza Summarecon Serpong, Paramount Plaza, Kantor BCA Cabang Gading Serpong, dan lain sebagainya. Selain perkantoran, wilayah Gading Serpong memiliki beberapa perguruan tinggi ternama seperti Universitas Multimedia Nusantara, Matana University, dan lain sebagainya. Gading Serpong juga memiliki kawasan-kawasan hunian seperti Pondok Hijau Golf, Scientia Garden, The Springs, Illago, Malibu Village dan lainnya dengan banyak cluster perumahan di dalamnya.

Berdasarkan seluruh uraian data di atas, penulis mempunyai ide untuk membuat sebuah bisnis restoran di Gading Serpong, Kabupaten Tangerang yang bernama Restoran Rayunang. Kata 'rayunang' dalam nama restoran ini merupakan singkatan dari kata 'rayunan panggang', dimana kata 'rayunan'

dalam bahasa Bali memiliki arti yang sama dengan kata ‘makanan’ dalam bahasa Indonesia. Restoran Rayunang menawarkan daging ayam dan babi yang diiris tipis dan dipanggang dengan bumbu khas Bali. Restoran ini juga menyediakan aneka sayur dan soto khas Bali serta kreasi hidangan penutup khas Bali dan minuman berbasis bahan-bahan Indonesia. Restoran Rayunang akan menetapkan protokol kesehatan sesuai dengan instruksi pemerintah dalam fasilitas makan di tempat (*dine-in*) serta menyediakan layanan bawa pulang dan *home service* sehingga dapat memaksimalkan pendapatan dan beradaptasi dengan situasi pandemi COVID-19.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang adalah untuk meneliti secara menyeluruh layak atau tidaknya bisnis tersebut untuk dijalankan apabila dilihat dari seluruh aspek terkait. Adapun tujuan studi kelayakan bisnis ini dibagi menjadi dua bagian, yakni tujuan utama dan sub tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Melakukan analisis permintaan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan analisis penawaran dalam bentuk *Porter's Five Forces* dan *SWOT*, menguraikan segmentasi dalam aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku serta target pasar berdasarkan hasil kuesioner, menganalisis posisi bisnis dalam pasar dengan mengidentifikasi keunggulan yang dimiliki, menganalisis baur pemasaran berdasarkan hasil kuesioner, serta menguraikan aspek ekonomi, sosial, legal, politik,

lingkungan hidup, dan teknologi dari Restoran Rayunang di wilayah Gading Serpong.

b. Aspek Operasional

Menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas terkait penyelenggaraan bisnis serta hubungan fungsionalnya, menghitung kebutuhan dan estimasi biaya ruang fasilitas sesuai ketersediaan lahan, menganalisis pemilihan lokasi serta menguraikan aspek teknologi yang menjadi keunggulan Restoran Rayunang.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Melakukan analisis pekerjaan dengan menguraikan *job description* dan *job specification*, menganalisis pengelola usaha berdasarkan kompetensi dan keterampilan, menetapkan struktur organisasi perusahaan, menentukan dan menganalisis pengembangan sumber daya manusia, dan menguraikan aspek yuridis terkait yang harus dipenuhi Restoran Rayunang.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kebutuhan dan sumber dana, asumsi perkiraan biaya operasional sesuai dengan inflasi di lokasi bisnis, penghitungan perkiraan pendapatan usaha, memproyeksi neraca, rugi laba, dan arus kas selama periode tertentu, melakukan penghitungan analisis titik impas, menguraikan penilaian investasi sesuai metode-metode yang digunakan, melakukan analisis rasio laporan keuangan, dan menguraikan manajemen risiko Restoran Rayunang.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)
 - a. Memperkenalkan aneka kuliner khas Bali.
 - b. Menarik wisatawan untuk berkunjung ke Gading Serpong, Kabupaten Tangerang dengan menghadirkan produk dan layanan yang menarik.
 - c. Meningkatkan perekonomian lokal.

C. Metodologi

Dalam pelaksanaan studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang, diperlukan data-data yang mendukung analisis studi kelayakan bisnis ini sehingga memperoleh hasil yang akurat. Studi kelayakan ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk keperluan penelitiannya (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 49). Dalam studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang, data primer diperoleh melalui metode-metode berikut:

a. Kuesioner

Bougie dan Sekaran (2020, hal. 143) mengemukakan bahwa kuesioner merupakan hasil rancangan peneliti yang berupa rangkaian pertanyaan dan pilihan jawaban untuk dijawab oleh responden. Kuesioner dibagi menjadi tiga jenis sebagai berikut:

1) Kuesioner yang dikelola secara pribadi

Jenis kuesioner ini disebarakan secara langsung kepada responden di daerah tertentu. Dengan menggunakan jenis kuesioner ini dalam

suatu penelitian, adanya peluang untuk menjelaskan topik penelitian secara langsung kepada para responden. Namun, hal tersebut dapat menimbulkan bias dikarenakan penjelasan yang diberikan dapat berbeda kepada setiap responden.

2) Kuesioner surat

Jenis kuesioner ini serupa dengan jenis kuesioner yang dikelola secara pribadi, namun dikirimkan kepada responden dan dikembalikan kepada peneliti melalui surat. Seiring berkembangnya internet, ponsel, dan media sosial, kuesioner surat sudah jarang dipakai karena dinilai kurang efektif dibandingkan kuesioner elektronik dan daring.

3) Kuesioner elektronik dan daring

Jenis kuesioner ini memiliki pendistribusian yang cepat dan mudah melalui tautan yang akan mengarahkan responden ke halaman survei. Jenis kuesioner ini juga dapat menyimpan jawaban responden di basis data (*database*) dan menyediakan analisis statistik secara otomatis yang dapat mempermudah peneliti dalam mengolah data. Contoh dari jenis kuesioner ini adalah SurveyMonkey, Google Forms, dan lain sebagainya.

Dalam studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang, jenis kuesioner yang dipilih berupa kuesioner daring melalui situs Google Forms. Hal ini dikarenakan jenis kuesioner tersebut dinilai lebih efektif dalam hal waktu dan tenaga dibandingkan jenis kuesioner lainnya. Selain efektif, alasan lain dipilihnya jenis kuesioner ini juga dikarenakan kondisi yang

tidak memungkinkan bagi peneliti untuk menyebarkan kuesioner secara langsung kepada para responden selama situasi pandemi COVID-19 berlangsung.

Seluruh kelompok orang, kejadian, atau hal lainnya yang ingin ditinjau lebih lanjut oleh peneliti disebut sebagai populasi (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 222). Bagian dari populasi dinamakan sebagai sampel. Dengan mempelajari sampel, peneliti dapat menyimpulkan suatu konklusi yang mewakili populasi tersebut. Adapun proses pemilihan sampel untuk menjadi representatif populasi dikenal sebagai *sampling*. Menurut Bougie dan Sekaran (2020, hal. 225), terdapat lima tahapan dalam proses *sampling* sebagai berikut:

1) Menentukan Populasi

Tahap pertama dalam *sampling* adalah menentukan secara rinci target populasi penelitian. Target populasi dari Restoran Rayunang adalah penduduk yang berdomisili di wilayah Jakarta dan Tangerang.

2) Menentukan Kerangka Sampel (*Sample Frame*)

Kerangka sampel adalah sebuah representasi dari seluruh elemen populasi tempat sampel diambil (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 226). Kerangka sampel berupa daftar lengkap dari elemen populasi. Restoran Rayunang berlokasi di Gading Serpong dan menyediakan hidangan panggang (*barbecue*) dengan rasa khas Bali. Oleh sebab itu, kerangka sampel dalam studi kelayakan bisnis ini adalah laki-laki atau perempuan antara usia 20 sampai 34 tahun yang

berdomisili di Gading Serpong dan sekitarnya seperti Karawaci, Alam Sutera, BSD City, dan lainnya.

3) Menentukan Desain Sampel (*Sampling Design*)

Desain sampel terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang, desain sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dimana elemen dalam sebuah populasi tidak memiliki peluang yang diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk dapat dipilih sebagai sampel penelitian. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgment sampling* untuk mendapatkan informasi dari kelompok yang spesifik (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 233). Dalam studi kelayakan bisnis ini, pengumpulan informasi dilakukan dari kelompok orang yang mengonsumsi makanan yang mengandung babi atau non-halal karena Restoran Rayunang menawarkan menu makanan non-halal.

4) Menentukan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel dipengaruhi beberapa faktor seperti tujuan penelitian, tingkat presisi, keberagaman dalam populasi, kendala waktu dan biaya, hingga jumlah populasi itu sendiri (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 227). Hair et al. (2014, hal. 100) mengemukakan bahwa jumlah minimum responden tergantung pada jumlah variabel dikalikan 5. Jumlah variabel dalam penelitian studi kelayakan bisnis ini ditentukan berdasarkan jumlah pertanyaan dalam kuesioner yang terkait dengan baur pemasaran.

5) Mengeksekusi Proses *Sampling*

Skala pengukuran variabel dalam studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang adalah Skala Likert yang didesain untuk mengetahui seberapa setuju atau tidaknya para responden mengenai pernyataan tertentu (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 204). Pengukuran skala yang digunakan terdiri dari enam tingkatan sebagai berikut:

- a) Sangat Tidak Setuju,
- b) Tidak Setuju,
- c) Kurang Setuju,
- d) Cenderung Setuju,
- e) Setuju, dan
- f) Sangat Setuju.

Data yang telah diperoleh dijadikan dalam bentuk persentase dan dihitung nilai rata-ratanya. Untuk menghasilkan studi kelayakan bisnis yang akurat, data yang diperoleh harus bersifat valid dan dapat diandalkan. Oleh sebab itu, diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan dengan program SPSS sebagai berikut:

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian baik atau tidaknya suatu instrumen sebagai media pengumpulan data untuk dianalisis dalam penelitian (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 208). Menurut Hidayat (2021, hal. 13), item suatu penelitian akan lolos uji validitas jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan level signifikansi 0,05 dalam uji dua sisi. Sebaliknya, jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item penelitian dianggap tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Bougie dan Sekaran (2020, hal. 270-271) mengemukakan bahwa uji reliabilitas diperlukan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas dari item penelitian. Item penelitian lolos uji reliabilitas apabila nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Semakin dekat nilainya ke angka 1 (satu), maka semakin reliabel penelitian tersebut.

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan suatu tindakan, perilaku, ataupun peristiwa (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 130). Dalam studi kelayakan bisnis ini, observasi bertujuan untuk mendapatkan informasi lokasi, kompetitor bisnis, dan situasi lingkungan di Gading Serpong, Kabupaten Tangerang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti lain untuk tujuan penelitian yang berbeda (Bougie dan Sekaran, 2020, hal. 49). Dalam studi kelayakan bisnis ini, data sekunder didapatkan melalui buku-buku terkait industri pariwisata, makanan dan minuman, metodologi penelitian, hingga manajemen pemasaran untuk mendapatkan teori yang berhubungan dengan studi kelayakan bisnis yang dijalankan. Selain buku, digunakannya data publikasi pemerintah seperti Undang-undang, peraturan pemerintah, statistik, dan lainnya sehingga diperolehnya informasi yang resmi dan tepercaya. Studi kelayakan bisnis ini juga menggunakan data dari

internet, artikel, berita dan jurnal ilmiah yang dapat mendukung analisis studi kelayakan bisnis Restoran Rayunang.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Husjakarsih et al. (2020, hal. 594) dalam “Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020” mengemukakan bahwa restoran merupakan usaha jasa yang menyediakan makanan dan minuman untuk dihidangkan secara langsung di tempat usaha yang menetap. Restoran memiliki jasa layanan yang melakukan proses memasak dan penyajian hidangan pesanan tamu.

2. Restoran Kasual

Walker (2017, hal. 28-50) mengemukakan bahwa restoran kasual merupakan jenis restoran yang terkenal dan sering ditemui dikarenakan kecocokannya dengan tren sosial. Restoran ini bersifat informal dan memiliki beberapa faktor yang menjadikannya sebuah *casual restaurant*, yaitu item menu yang khas dan menu minuman yang kreatif. Jenis restoran ini memiliki tempat *dine-in* yang nyaman dengan dekorasi yang bersifat *homey*.

3. Klasifikasi Layanan di Restoran

Cousins et al. (2014, hal. 17) mengemukakan bahwa layanan restoran diklasifikasi ke dalam lima jenis sebagai berikut:

a. *Table Service*

Table service merupakan jenis layanan restoran dimana tamu yang datang disambut oleh pelayan dan diarahkan ke meja yang tersedia

untuk melakukan pemesanan. Jika pesanan telah selesai dibuat, pesanan akan diantarkan oleh pelayan ke meja tamu. *Table service* merupakan jenis layanan yang paling umum untuk ditemui di berbagai jenis restoran dan *café*.

b. *Assisted Service*

Assisted service adalah gabungan dari *table service* dan *self-service*. Sebagian makanan dan minuman diantarkan ke meja tamu oleh pelayan. Tamu dapat mengambil makanan tambahan dari *display* atau *buffet*. Jenis layanan ini digunakan pada saat makan pagi di hotel.

c. *Self Service*

Self-service adalah jenis layanan dimana tamu melakukan layanan untuk dirinya sendiri dengan mengambil berbagai hidangan yang tersedia di *buffet* atau *counter*. Jenis layanan ini dapat ditemui di kantin.

d. *Single Point Service*

Single point service merupakan jenis layanan dimana tamu melakukan pemesanan, pembayaran, pengambilan makanan dan minuman di satu tempat yang sama, yaitu di sebuah *counter*. Jenis layanan ini sering ditemui di restoran *fast food*.

e. *Specialized Service*

Specialized service adalah jenis layanan dimana pihak restoran mengantarkan pesanan tamu ke tempat di mana tamu berada. Jenis layanan ini dapat ditemui pada layanan pesan antar, layanan di rumah sakit, pesawat terbang, dan *room service* hotel.

4. Menu *À la carte* dan *Table d'hôte*

Menu merupakan daftar yang menampilkan pilihan hidangan makanan dan minuman yang ditawarkan oleh suatu restoran (Walker, 2017, hal. 99). Menurut Walker (2017, hal. 115), menu *à la carte* dan *table d'hôte* dapat didefinisikan sebagai berikut:

a. *À la carte*

Menu *à la carte* menampilkan harga setiap hidangan restoran secara satuan. Menu ini dapat ditemukan di restoran pada umumnya.

b. *Table d'hôte*

Menu *table d'hôte* menawarkan hidangan yang lengkap dari hidangan pembuka, sup dan salad, hidangan utama, hingga hidangan penutup dengan harga tetap.

5. Pengertian dan Sejarah *Korean Barbecue*

Korean barbecue mengacu pada makanan Korea berbasis daging yang dipanggang. Yun (2013, hal. 92) mengemukakan bahwa *bulgogi* adalah irisan daging sapi yang dimarinasi dengan bumbu Korea seperti kecap, gula, bawang putih, daun bawang, biji wijen sangrai, merica, dan minyak wijen. Setelah dilakukannya proses marinasi, daging dimasak di atas panggangan.

Yun (2013, hal. 92-93) mengemukakan bahwa hidangan *Korean barbecue* telah ada dari zaman Dinasti Goguryeo pada 37 SM hingga 668 M. Hidangan ini awalnya berbentuk seperti kebab dan dinamakan *maekjeok*. *Maekjeok* merupakan daging yang dibumbui dengan saus dan bawang putih, kemudian ditusuk dan dimasak di atas api. Hidangan ini berkembang seiring berjalannya waktu dan menjadi masakan kerajaan selama Dinasti Joseon,

yaitu dari tahun 1392 hingga 1910. Hidangan tersebut dikenal sebagai *neobiani* yang berupa irisan daging sapi empuk dan tebal yang dimasak di atas perapian. Saat ini, irisan daging pada *bulgogi* menjadi tipis karena adanya perubahan gaya makan sehingga daging dapat dimasak lebih cepat.

6. Masakan Bali

Masakan Bali merupakan bagian dari seni dan budaya Pulau Bali (Agung, 2013, hal. 7). Masakan dari pulau ini memiliki aneka bumbu yang khas. Menurut Agung (2013, hal. 46-62), bumbu Bali terbagi menjadi tiga jenis sebagai berikut:

a. Basa

Basa merupakan bumbu pelezat makanan yang terdiri dari bumbu pokok dan bumbu pelengkap. Terdapat enam bahan yang mencakup bumbu pokok, yaitu lengkuas, jahe, kencur, kunyit, bawang merah, dan bawang putih. Sedangkan, bahan-bahan seperti cabai, terasi, kemiri, dan lainnya merupakan bagian dari bumbu pelengkap.

b. Sambel

Masakan Bali identik dengan rasa pedas sehingga sambal kerap kali digunakan sebagai pelengkap hidangan. Aneka sambal Bali adalah Sambal Matah, Sambal Ulek, Sambal Mbe Goreng, dan lain sebagainya.

c. Jejaton

Jejaton merupakan bumbu pelengkap sehingga membuat rasa masakan lebih nikmat. Bahan-bahan yang termasuk ke dalam kategori bumbu ini adalah perasan air jeruk limau, asam, pala, cengkeh, dan lainnya.

7. Konsep Bisnis Restoran Rayunang

Restoran Rayunang adalah restoran Bali yang menyajikan modifikasi makanan khas Bali dengan gaya masak khas Korea, yaitu *Korean barbecue*. Restoran Rayunang menyediakan menu *à la carte* dan *table d'hote* sehingga tamu dapat memesan produk secara satuan ataupun dalam paket yang tersedia. Menu utama Restoran Rayunang adalah hidangan daging yang diiris tipis dengan bumbu khas Bali seperti betutu, pelalah, matah, dan lain sebagainya. Daging tersebut dapat dimasak di atas alat pemanggang yang telah tersedia di setiap meja ataupun oleh juru masak Restoran Rayunang. Selain hidangan daging, Restoran Rayunang juga menyediakan aneka sayur dan soto khas Bali seperti telur basa genep, lawar, plecing kangkung, soto sampi, dan lainnya. Restoran Rayunang menyediakan menu hidangan penutup berupa pie susu Bali, godoh gedang (pisang goreng khas Bali), dan es krim. Selain makanan, Restoran Rayunang menyediakan minuman khas seperti es bir (es kelapa dan jeruk nipis khas Bali), teh pandan, soda gembira, dan berbagai jenis minuman lainnya.

Kata 'rayunang' dalam Restoran Rayunang merupakan singkatan dari kata 'rayunan panggang', dimana kata 'rayunan' dalam bahasa Bali memiliki arti yang sama dengan kata 'makanan' dalam bahasa Indonesia. Hal ini sesuai dengan konsep restoran ini yang menyajikan berbagai hidangan panggang dengan bumbu khas Bali. Para tamu dapat menjelajahi cita rasa Bali dengan pengalaman makan yang menyenangkan. Hal ini menjadi keunggulan bagi Restoran Rayunang yang berupa restoran kasual

di daerah Gading Serpong karena tidak banyak perusahaan serupa yang memiliki konsep yang sama.

Restoran Rayunang menyediakan tiga tipe layanan, yaitu layanan meja (*table service*), layanan *single-point*, dan layanan khusus (*specialized service*) dengan keterangan sebagai berikut:

a. Layanan meja

Layanan meja oleh Restoran Rayunang dilakukan dengan meminimalisir kontak fisik dikarenakan adanya pandemi COVID-19 dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku. Para tamu dapat melakukan pemesanan dan pembayaran makanan dan minuman dengan *self-order QR code* yang tersedia di setiap meja. Terdapat dua pilihan proses memasak di Restoran Rayunang, yaitu tamu dapat memilih untuk memasak makanan mereka sendiri dengan alat pemanggang yang tersedia di setiap meja atau memilih juru masak Restoran Rayunang untuk memasak makanannya. Pesanan yang telah selesai disiapkan atau dimasak akan diantarkan ke meja tamu oleh pelayan.

b. Layanan *single point*

Layanan *single point* Restoran Rayunang diterapkan dalam layanan bawa pulang dan pesan antar makanan *online*. Restoran Rayunang menyediakan area khusus untuk pengambilan makanan bawa pulang di luar restoran sehingga meminimalisir orang-orang yang masuk ke area *indoor* restoran. Hal ini dilakukan guna mengutamakan keamanan dan kenyamanan tamu serta mencegah penularan virus COVID-19.

c. Layanan khusus

Layanan khusus oleh Restoran Rayunang hadir dalam bentuk *home service*. Pelanggan membayar paket *home service* terlebih dahulu dan menentukan hari dan jam waktu makan. Pihak restoran akan menyediakan peralatan alat pemanggang dan perlengkapan sesuai pesanan untuk diantar ke rumah atau ke tempat pelanggan. Pelanggan wajib memberikan uang jaminan dan membayar biaya ganti rugi apabila terdapat kerusakan pada peralatan atau perlengkapan yang dipinjamkan. Pelanggan dapat menikmati hidangan panggang Restoran Rayunang walaupun berada di rumah saja dikarenakan adanya pandemi COVID-19. Setelah ada konfirmasi bahwa makanan telah selesai, pihak restoran akan kembali ke tempat pelanggan untuk membersihkan peralatan di lokasi tersebut.

Restoran Rayunang memiliki area *dine-in indoor* dan *outdoor* dengan tema Bali. Restoran ini menyediakan sofa dan kursi untuk kenyamanan tamu. Setiap meja dilengkapi dengan kompor dan alat pemanggang. Peralatan makan seperti sendok, garpu, dan lainnya akan diberikan setelah tamu menempati meja sehingga menjadi lebih steril dan terjaga kebersihannya. Selain itu, Restoran Rayunang melakukan penerapan protokol kesehatan yang berlaku secara ketat di area *dine-in* selama pandemi COVID-19 berlangsung seperti menetapkan kapasitas maksimal restoran sebesar 75%, melakukan skrining dengan aplikasi PeduliLindungi, dan lain sebagainya.