

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pengertian pariwisata menurut (Soebagyo, 2010) adalah bepergian dari suatu tempat tertentu ke satu atau beberapa tempat lain, singgah atau tinggal beberapa saat tanpa bermaksud untuk menetap, dan kemudian kembali ke tempat asal, dan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan Pasal 14 ayat 1 menyatakan bahwa usaha pariwisata meliputi beberapa jenis usaha, antara lain: daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Sala satu jenis usaha wisata yang telah disebutkan diatas yang hingga saat ini, masih menjadi daya tarik wisata adalah jasa makanan dan minuman. Kementerian pariwisata Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia telah membagi usaha wisata penyedia jasa makan dan minuman menjadi beberapa jenis,

yaitu: restoran cafe, rumah makan, bar (rumah minum), pusat penjualan makanan (*food court*), kedai kopi, jasa boga (*Catering*), kantin/cafeteria, toko kue atau roti, restoran *take away* (*mobile restaurant*). Jasa makanan dan minuman dalam beberapa tahun ini telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat dengan dipopulerkan wisata kuliner.

Sejak Indonesia terjangkit virus *Covid-19* pada maret 2020, usaha layanan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor usaha yang saat ini paling berpengaruh terhadap pandemik. Mulai dari penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam aturan PSBB yang tidak diizinkan untuk beroperasi adalah sekolahan, tempat kerja, tempat keagamaan, dan juga pembatasan kegiatan di tempat umum atau fasilitas umum. Dengan adanya peraturan PSBB hingga penerapan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) level 3 hingga 4, pada awalnya PPKM level 3 hanya diberlakukan di Jakarta dan Bali hingga saat ini PPKM level 4 diperluas hingga ke 15 daerah luar Jawa-Bali.

Dengan adanya PPKM level 4 yang diberlakukan di Jakarta, Bali sampai ke luar Jawa-Bali maka dampak yang terjadi selama diberlakukan PPKM terhadap bidang usaha makanan dan minum dan bidang usaha lainnya, seperti banyak sekali restoran di DKI Jakarta yang terancam tutup akibat PPKM, hal ini dapat terjadi karena masyarakat tidak diperbolehkan untuk makan ditempat dan kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas dari rumah, serta beberapa masyarakat tidak berani untuk membeli makanan maupun minuman dari luar. (Tribunvideo, 2020) Menurut Ketua Pimpinan Daerah Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (BPD PHRI) DKI Jakarta Sutrisno Iwantono, dan menurut beliau ada tiga strategi

untuk membangkitkan sektor makanan dan minuman yaitu yang pertama, adalah protokol kesehatan yang selaras dengan disiplin kehidupan *new normal*, karena vaksinasi telah diterapkan hampir ke setiap karyawan, dan yang Kedua, berbagai inovasi menyongsong *new normal*, dan yang ketiga, dengan *comprehensive effort to create demand* bersamaan dengan strategi yang dilakukan sejak awal adalah *cost down*. Bapak Sutrisno berharap dengan adanya strategi dan kebijakan pelonggaran PPKM oleh pemerintah ini dapat membuat industri makanan dan minuman kembali bergairah karena sudah diperbolehkannya masyarakat untuk berkunjung ke tempat makan dan juga makan ditempat dengan batas pengunjung 50% dan maksimal waktu untuk makan ditempat yaitu 60 menit.

Pada saat ini kasus *Covid-19* yang semakin menurun dimana pelonggaran terhadap PPKM yang terus dilakukan oleh pemerintah. Dengan adanya penurunan level PPKM yang diberlakukan oleh pemerintah, usaha jasa makanan dan minuman mulai bangkit kembali dan minat masyarakat untuk mengunjungi penyedia jasa makanan dan minuman juga ikut meningkat kembali. Hal ini merupakan indikasi positif untuk pengusaha dibidang jasa untuk kembali beroperasi dan berinovasi dalam menyediakan jasa makanan minuman dan menggerakkan kembali wisata kuliner.

Dilansir dari (Liputan6, 2021) Dimsum dibagi menjadi beberapa jenis yaitu: Bakpao (bisa berisi daging ayam, babi, sayur, selai), Cheong fun (Dibuat dari lembaran mie beras lebar, yang dikukus dan kemudian digulung dan diisi dengan berbagai macam daging atau sayuran), (Dumpling (daging yang dicincang dan ditambahi sayuran dan di bungkus dengan kulit tepung), Fung zau (Kaki ayam

yang digoreng kering, direbus, direndam saus, dan kemudian dikukus.), Hakau (udang yang diberikan bumbu dan dilapisi dengan kulit tepung transparan), Lumpia (lembaran tipis tepung gandum yang dijadikan sebagai pembungkus isian yang umumnya adalah rebung, telur, sayuran segar, daging, atau makanan laut), Siu mai (Siomai umumnya terbuat dari bungkusian tepung gandum tipis yang diisi dengan daging), dan Xiao long bao (pangsit berisi kuah). Berdasarkan dari artikel (Kontan, 2020) menjelaskan bahwa makanan Dimsum hingga saat ini masih menjadi salah satu makanan yang banyak diminati oleh berbagai jenis kalangan dan usia terlihat dari banyaknya restoran Dimsum yang terus berkembang dan jumlah gerainya. Dilansir dari (Qraved.com,2017) menjelaskan bahwa Dimsum sangat disukai oleh orang Indonesia karena memiliki harga yang murah, alternative makanan sehat, menu makanan yang ditawarkan bervariasi, memiliki rasa yang enak, memiliki bentuk yang unik. Di Indonesia dimsum biasanya disantap bersama dengan keluarga, teman dan juga sambil berkumpul menikmati keadaan sekitar. Dimsum bisa ditemukan dengan mudah karena sudah sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia dan kebanyakan Dimsum dimakan pada saat *brunch* atau makan siang. Seiring dengan perkembangan waktu Dimsum telah bervariasi dan berinovasi, seperti menambahkan beberapa rempah ke dalam isian Dimsum sehingga membuat dimsum semakin enak dan selain hanya dikukus sekarang dimsum sudah ada yang digoreng. Dimsum juga merupakan alternatif makanan sehat karena teknik pengolahan Dimsum sebagian besar adalah dikukus.

DKI Jakarta telah menjadi wilayah yang memiliki jumlah penduduk yang paling terpadat di Indonesia. Dan tidak jarang orang dari luar wilayah DKI Jakarta

datang untuk berwisata dan salah satunya adalah untuk tujuan wisata kuliner. Berikut ini adalah banyaknya penduduk DKI Jakarta.

GAMBAR 1
Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Penduduk / Population		Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun Annual Population Growth Rate (%)	
	2010	2020	2000–2010	2010–20202
1	2	3	4	5
1 Kepulauan Seribu	21 082	27 749	2,03	2,69
2 Jakarta Selatan	2 062 232	2 226 812	1,46	0,75
3 Jakarta Timur	2 693 896	3 037 139	1,38	1,17
4 Jakarta Pusat	902 973	1 056 896	0,32	1,53
5 Jakarta Barat	2 281 945	2 434 511	1,83	0,63
6 Jakarta Utara	1 645 659	1 778 981	1,49	0,76
DKI Jakarta	9 607 787	10 562 088	1,42	0,92

Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2021)

TABEL 1
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Berdasarkan Harga Konstan 2010 berdasarkan jenis lapangan usaha (dalam Miliar Rupiah) DKI Jakarta 2018 – 2020

Lapangan Usaha	PDRB Berdasarkan Harga Konstan 2010 berdasarkan jenis lapangan usaha (dalam Miliar Rupiah) DKI Jakarta 2018 – 2020		
	2018	2019	2020
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	2.124.821,89	2 190.599,39	2 300 502,85
Pertambangan dan Penggalian	6.603.303,25	6 126 291,84	4.561 382,54
Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	907.626,56	945 761,24	934.937,68
Konstruksi	314.639.321,79	329 925 734,98	312.384.424,67
Perdagangan besar dan eceran; Reparasi mobil dan sepeda motor	439.673.470,12	484.611.413,31	460.737.966,63
Transportasi dan pergudangan	94.123.589,81	104.539.931,92	96.690.541,13
Penyediaan akomodasi dan makan minum	123.876.878,33	134.979.998,30	116.267.405,11
Informasi dan komunikasi	203.929.735,36	231.231.063,53	260.973.758,89

TABEL 1
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Berdasarkan Harga Konstan
2010 berdasarkan jenis lapangan usaha (dalam Miliar Rupiah) DKI Jakarta 2018 –
2020 (Lanjutan)

Lapangan Usaha	PDRB Berdasarkan Harga Konstan 2010 berdasarkan jenis lapangan usaha (dalam Miliar Rupiah) DKI Jakarta 2018 – 2020		
	2018	2019	2020
Jasa pendidikan	132.905.327,92	140.519.361,47	145.307.666,32
Jasa keuangan dan asuransi	268.501.145,90	297.565.004,25	312.370.573,04
Real Estate	156.224.845,08	167.212.378,75	174.917.261,94
Jasa perusahaan	211.399.702,96	243.638.685,48	245.156.332,95
Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	141.373.647,56	154.309.274,75	146.981.107,48
Jasa kesehatan dan kegiatan sosial	44.091.600,20	48.101.017,07	58.739.476,93
Jasa lainnya	101.433.404,56	113.559.855,79	109.643.204,55
PDRB	2.592.606.571,93	2.816.760.054,16	2.772.381.118,28

Sumber : Badan Pusat Statistik DKI Jakarta (2021)

Berdasarkan tabel diatas Penurunan angka yang ditunjukkan pada tahun 2020 adalah 116.267.405,11 (Miliar Rupiah) dari 134.979.998,30 (Miliar Rupiah) pada tahun 2019 pada tahun 2018 adalah 123.876.878,33 (Miliar Rupiah).

Berdasarkan Produk Domestik Bruto di DKI Jakarta maka faktor yang mempengaruhi PDRB salah satunya adalah banyaknya jumlah penduduk disuatu wilayah, berikut ini adalah data penduduk DKI Jakarta di bagian Jakarta Utara.

TABEL 2
Jumlah Penduduk Jakarta Utara 2018-2020

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
	2018	2019	2020
Penjaringan	309.278,00	315.511,00	321.802,00
Pademangan	166.240,00	169.102,00	169.582,00
Tanjung Priok	409.572,00	418.014,00	419.795,00
Koja	335.326,00	344.186,00	348.817,00
Kelapa Gading	140.735,00	143.043,00	144.219,00
Cilincing	420.731,00	430.102,00	440.247,00
Jakarta Utara	1.781.882,00	1.819.958,00	1.844.462,00

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2021

Berdasarkan tabel tersebut Jumlah Penduduk DKI Jakarta Utara tahun 2020 mengalami kenaikan dengan jumlah angka sebesar 1.844.462 jiwa, untuk kecamatan Penjaringan pada tahun 2020 jumlah penduduknya sebesar 321.802 jiwa. Dengan semakin bertambahnya angka jumlah penduduk kecamatan penjaringan serta Jakarta Utara, maka akan mempengaruhi pertumbuhan restoran/tempat makan juga akan mengalami peningkatan. Restoran atau tempat makan merupakan salah satu tempat yang digemari oleh masyarakat Indonesia karena mereka bisa mengobrol, bersantai, berkumpul, selain itu masyarakat Indonesia suka mencoba berbagai jenis dan macam menu makanan dan minuman yang berasal dari Indonesia maupun luar negeri, contohnya saja usaha makanan yang *trend* saat ini ada *Croffle*, *Dimsum*, *Oyster*. Restoran/tempat makan merupakan sebuah kebutuhan primer yang tidak bisa dihindarkan, sehingga dengan adanya hal ini akan menciptakan minat kepada wirausaha dalam menciptakan keuntungan bisnis yang pada saat ini sedang *trend* atau berkembang

ini, Salah satu lokasi yang saat ini sedang tren dan juga berkembang di Jakarta Utara saat ini adalah Golf Island, PIK. Pada saat ini kawasan Golf Island setiap harinya selalu ramai dikunjungi oleh banyak wisatawan yang memperkenalkan Golf Island ke sosial media.

TABEL 3
Banyaknya Restoran di Golf Island, PIK

No.	Nama Restoran	No.	Nama Restoran
1	Holywings 24	30	Hong Yun Hot Pot
2	Lain Hati	31	Brew & Bowls
3	Bakpau A Satu	32	Chuan La
4	Xing Fu Tang	33	Mamam Dessert Bar
5	Pick Cup	34	Chef's Kitchen Island
6	Gildak	35	Native Coffee Tribe
7	Kedai Kopi Kulo	36	Hao He Xiang
8	R&B Tea	37	Sentosa Seafood
9	Dim Sum Central	38	Kedai Nyonya Lie
10	Sahara	39	Baron Cyclist Cafe
11	Tokyo Gorilla	40	Aladdin Shao Kao
12	Tori Nori	41	O Oguri
13	Fire Tiger	42	Ho-Lim
14	Cepik Cendol PIK	43	Hero Tang Tea
15	Hollywings Dragon	44	Bakmi Pangsit Palu
16	Enrich	45	Salad Nyoo
17	Pulled	46	Kai Bai Bo
18	Bola Seafood Acui	47	Anak Bakmie
19	Holy Beans	48	Soto Oseng
20	Ninas Kitchen	49	Dragon Hot Pot
21	2D Coffee & Tea	50	Sen Long
22	RJ Cafe	51	Martabak 777 Sinar Bulan
23	Suji-Suan Cai Yu	52	Live Fish & Seafood
24	Joomba	53	Emji Coffee Bar
25	JP Kitchen	54	Okinawa Sushi
26	Yamakai	55	Tastology
27	Prime Bike & Cafe	56	Kaepjjang Cafe & Eatery
28	Dots Bioard Game Café	57	Oeyster Dealer
29	May Star		

Sumber: Hasil Observasi (2021)

Dari data diatas terlihat bahwa terdapat 57 restoran yang baru buka di kawasan Ruko Golf Island, Jakarta utara, dan untuk jenis makanan Dimsum di

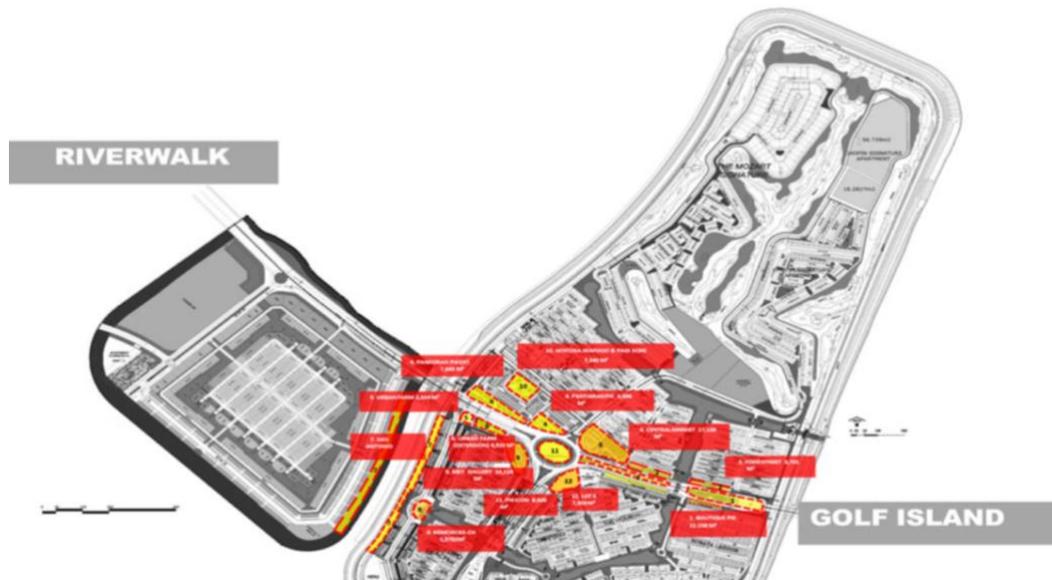
kawasan Golf Island hanya baru terdapat 5 restoran yaitu: Wing heng, My star, Dim Sum central, Suji-suan, hollywings 24, untuk di Pantjoran PIK sendiri hanya baru terdapat 2 restoran Dimsum yaitu May Star dan Din Tai Fung. Dikarenakan Pantjoran PIK tahap pertama sudah terisi semua sehingga memiliki banyak peminat dan juga pengunjung dengan adanya hal ini membuat Agung Sedayu Group memperluas Pantjoran PIK menjadi tahap ke dua, dan berhubung di Pantjoran PIK *Extension* belum ada penyewa yang berminat untuk menjual makanan sejenis Dimsum, sehingga dengan adanya hal ini membuat penulis bertekad untuk membangun bisnis yang berlokasi di Pantjoran PIK Extension, Pantai Maju Golf Island, Pantai Indah Kapuk, dan berikut ini adalah denah gambar lokasi Pantjoran PIK.

GAMBAR 2
Lokasi Pantjoran PIK *Extension*



Sumber: Marketing Pantjoran PIK (2021)

GAMBAR 3
Denah letak Pantjoran PIK *Extension*



Sumber: Marketing Pantjoran PIK (2021)

Dengan kawasan sekitar Pancoran PIK yang semakin berkembang dan maju, sehingga akan menjadikan kawasan ini sebagai lokasi untuk membuka Hociakk Dimsum karena Pantjoran memiliki luas area 7600 m², dan dapat mendapatkan pengunjung sebanyak 20.000 orang/hari. Dan sangat dekat dengan wisata-wisata Golf Island lainnya seperti: Urban Farm PIK, Cove Batavia PIK, San Antonio, Pantai Pasir Putih, PIK Avenue mall. Dan akses untuk menuju ke lokasi kami sangat mudah karena dekat dengan pintu keluar dan masuk tol Pantai Indah Kapuk, kemudian dekat dengan PIK 1 dan PIK 2.

Dengan masih tinggi minat akan restoran dan populernya Dimsum dikalangan masyarakat di Indonesia maka akan dibuka Hociakk Dimsum di Pantjoran PIK, Pantai Indah Maju.

B. Tujuan Dari Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dari perancangan bisnis ini adalah agar bisnis yang dijalankan ini baik dalam jenis yang kecil ataupun besar akan membutuhkan sumber dana yang dijadikan sebagai modal. Dengan adanya Studi Kelayakan Bisnis ini dapat memudahkan pengusaha dalam mencari investor sebagai sumber dana dan juga bank yang dapat membantu memberikan pengkreditan peran pemerintah sebagai penegak hukum dan membantu dalam fasilitas dan juga kelancaran dalam bisnis yang dijalankan. Dengan adanya studi kelayakan bisnis ini dapat membantu para pemilik usaha memberikan masukan mengenai bisnis Hociakk Dimsum dapat diterima dan dijalankan sesuai dengan aspek-aspek yang terkandung didalamnya. Terdapat dua tujuan yang terkandung di dalam studi kelayakan bisnis Hociakk Dimsum ini, yaitu:

a. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Menganalisis berbagai bagian yang terkandung yang ada di dalam perancangan dan pengerjaan kelayakan bisnis Hociakk Dimsum.

a) Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran memberikan masukan bahwa pemilik usaha dapat mempertimbangkan akan adanya permintaan pasar, penawaran, segmentasi, penargetan, posisi target, pemasraan, lingkungan, hokum yang di tetapkan, serta masyarakat yang berada disekitar Hociakk Dimsum.

b) Aspek Operasional

Aspek ini menetapkan pengusaha yang akan menganalisis mengenai operasional yang akan dijalankan, standar dari usaha yang dijalankan, fasilitas yang mendukung dalam usaha, serta pemilihan tempat atau lokasi dan pelayanan yang diberikan serta tempat yang akan digunakan oleh Hociakk Dimsum untuk melayani tamu.

c) Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam aspek ini, pemilik usaha menjelaskan tugas serta sistem kerjanya setiap divisi yang telah ditetapkan, dan memberikan tunjangan serta pelatihan dan pengembangan setiap tahunnya, serta aspek legal dari Hociakk Dimsum

d) Aspek Keuangan

Dalam aspek ini, pemilik usaha akan menganalisis dana yang sesuai dengan kebutuhannya yang terdiri dari biaya operasional, laporan keuangan laba rugi dan arus kas, pendapatan usaha, analisis kapan akan balik modal, manajemen risiko Hociakk Dimsum serta menganalisis bahwa proyek ini layak untuk dijalankan.

b. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Meningkatkan perekonomian dalam bidang makanan dan juga minuman,
- b. Memajukan perekonomian masyarakat sekitar dengan membuka lapangan pekerjaan baru.
- c. Meningkatkan pendapatan daerah melalui pembayaran pajak.

C. Metodologi Penelitian

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) penelitian bisnis merupakan suatu upaya atau kerja keras yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk menyelidiki masalah tertentu yang dihadapi dalam pengaturan kerja, yang membutuhkan solusi, berdasarkan pendapat Sekaran dan Bougie penelitian bisnis mengacu pada sesuatu sistem yang telah disusun dalam kesatuan dalam menyelidiki permasalahan yang spesifik yang dijumpai disebuah lingkungan pekerjaan, dan ini semua dilakukan guna menemukan jawaban dan solusi dari permasalahan tersebut.

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan untuk menguji kelayakan bisnis ini adalah penelitian campuran, yang mencakupi atas pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode ini, disarankan bahwa lebih baik untuk menghubungkan dua data antara kualitatif dan kuantitatif, agar pemahaman lebih jelas serta dapat memberikan wawasan tambahan, bila dibandingkan hanya menggunakan satu data. Menurut (Saunders et al., 2019), penelitian kuantitatif meneliti hubungan dengan variabel, yang diukur dengan menggunakan sistem numerik dan dianalisis menggunakan berbagai teknik statistik dan grafik. Data kualitatif biasanya digunakan untuk mengumpulkan beberapa jenis informasi, seperti: informasi pasar demografi, minat pasar, lokasi. Sedangkan, penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan untuk mengeksplorasi dan memahami makna individu atau kelompok yang dikaitkan dengan masalah sosial atau manusia.

2. Populasi dan Sampel

Pengambilan sampel merupakan proses pemilihan elemen yang tepat dalam jumlah yang memadai dari populasi hingga studi sampel. Dalam proses pengambilan sampel harus melalui beberapa proses. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), terdapat beberapa langkah dalam menentukan sampel, yaitu antara lain :

a. Menentukan Populasi

Pengambilan sampel dapat dimulai dengan menentukan populasi sasaran dengan tepat. Populasi dapat ditentukan dalam batas geografis dan waktu. Target populasi untuk Hociakk Dimsum adalah seluruh penduduk DKI Jakarta serta wilayah luar DKI Jakarta.

b. Menentukan *Sample Frame*

Sample frame merupakan kerangka atau unit sample yang dapat dijadikan sample dari seluruh elemen dalam populasi dengan mengambil sampel. Dikarenakan bisnis Hociakk Dimsum *Restaurant* akan dibuka di daerah Pantjoran PIK, Jakarta Utara sehingga *sample frame* dalam penelitian studi kelayakan bisnis ini adalah responden laki-laki atau perempuan muda dengan kisaran usia 15 tahun – 49 tahun yang berlokasi di daerah sekitar Jakarta Utara dengan berbagai jenis status pekerjaan yang beragam.

c. Menentukan *Sampling Design*

Terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan ketika akan melakukan sebuah penelitian, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam menguji studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan teknik *non-probability sampling*. Berdasarkan (Sekaran & Bougie, 2016), dalam desain pengambilan *non-probability sampling*, elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang melekat. *Non-probability sampling* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *convenience sampling* dan *purposive sampling*. Dalam studi kelayakan bisnis bagi Hociakk Dimsum penelitian menggunakan *convenience sampling*. Menurut (Saunders et al., 2019), *convenience sampling* mengacu pada pengumpulan informasi dari anggota populasi yang tersedia. Dikarenakan adanya kendala waktu dan sumber daya, maka *convenience sampling* menjadi cara yang paling cepat dan efisien untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

d. Menentukan *Sample Size*

Aturan umum dalam menentukan *sample size* adalah rasio tidak boleh berada dibawah 5:1, hal ini diartikan bahwa lima observasi dibuat untuk masing-masing variabel independen dalam setiap *variate*, Oleh sebab itu, ukuran sampel minimum yang dibutuhkan oleh bisnis ini adalah berjumlah 155 responden, hal ini berasal dari pendistribusian kuesioner yang berisi 31 pertanyaan mengenai bauran pemasaran (31 dikali lima sama dengan 155).

e. Eksekusi Proses Sampel

Pada bagian ini, Eksekusi proses sample yang digunakan adalah skala *likert* sebagai alat ukur dalam membedakan bagaimana ketertarikan individu akan penelitian studi kelayakan bisnis yang dibentuk. Skala *likert* merupakan skala nominal dengan penilaian berupa angka 1 sampai 6 (mulai sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Penyebaran kuesioner telah disebarluaskan sejak tanggal 24 september 2021 sampai dengan 15 Oktober 2021.

3. Teknik dalam Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan kesimpulan kelayakan suatu bisnis, dibutuhkan data yang *valid* serta dapat diandalkan. (Sekaran & Bougie, 2016) menyampaikan bahwa mengumpulkan data primer dan sekunder secara bersamaan merupakan sebuah langkah yang menguntungkan, sehingga Hociakk Dimsum akan menggunakan kedua jenis data tersebut.

a. Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang didapatkan langsung dari peneliti untuk tujuan tertentu pada suatu penelitian. Contoh data primer adalah sebagai berikut :

1) Kuesioner

Menurut (Saunders et al., 2019), kuesioner merupakan Istilah yang umum untuk memasukkan semua metode pengumpulan data di mana setiap orang diminta untuk menanggapi serangkaian

pertanyaan yang sama dalam urutan yang telah ditentukan. Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa kuesioner merupakan istilah umum untuk sebuah teknik pengumpulan data yang dimana setiap responden diminta untuk menjawab serangkaian pertanyaan dalam urutan yang telah ditentukan. Kelebihan menggunakan kuesioner adalah tidak memerlukan biaya yang besar, serta dapat mengumpulkan data dengan cepat. Menurut jenisnya, kuesioner dibagi menjadi 3 jenis, yaitu: *personally administered questionnaire*, *mail questionnaire*, dan *electronic and online questionnaire*. Hociakk Dimsum akan menggunakan tipe kuesioner *online (electronic and online questionnaire)*. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), *electronic and online questionnaire* merupakan sistem pengumpulan data kuesioner yang disebar melalui media, sehingga pendistribusian kuesioner mudah, cepat dan efektif. Pada dasarnya, penyebaran kuesioner seperti ini akan disebar melalui *Web Form* yang hasilnya nanti akan dikumpulkan di dalam *data base*. Dalam Teknik pengumpulan data primer Hociakk Dimsum menggunakan jenis *Online questionnaire* karena dengan adanya pandemi saat ini sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan tatap muka untuk menyebarkan *questionnaire*.

2) Observasi

Observasi menyangkut sebuah pengamatan yang direncanakan, pencatatan, analisis, serta interpretasi perilaku,

tindakan, atau peristiwa (Sekaran & Bougie, 2016). Untuk membuat rencana bisnis, dibutuhkan pengamatan kompetitor, bagaimana tren yang ada didalam masyarakat saat ini.

b. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain selain studi saat ini. Sumber data sekunder dapat didapatkan melalui data buletin statistika, publikasi dari pemerintah, informasi yang terpublikasi maupun yang belum terpublikasikan dari sebuah organisasi, *website* perusahaan. Adapun data sekunder yang digunakan dalam membuat studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1) Sumber Kepustakaan

Pencarian teori melalui berbagai sumber buku, baik melalui perpustakaan maupun melalui *online*. Buku yang digunakan merupakan buku yang berkaitan dengan industri pariwisata, metodologi riset dalam bisnis, *manajemen marketing*, serta industri *Food and Beverage*.

2) Data Publikasi Pemerintah

Menggunakan data publikasi pemerintah yang sudah dinyatakan *valid* dan relevan sebagai data yang dapat dijadikan bahan analisis untuk studi kelayakan bisnis. Data publikasi pemerintah yang

digunakan sebagai data Studi Kelayakan Bisnis ini adalah Badan Pusat Statistik (BPS) yang didalamnya menyediakan data seperti pertumbuhan populasi, pertumbuhan industri pariwisata, serta data lainnya yang dituangkan dalam data angka maupun data grafik.

3) Situs *Website* dan Internet

Menggunakan *website* dan internet untuk mencari berbagai sumber referensi buku terbaru, jurnal elektronik, *website* perusahaan, serta data pendukung yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dengan studi kelayakan bisnis ini.

D. Tinjauan Konseptual Bisnis Terkait

Terdapat beberapa teori yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis ini, yaitu antara lain :

1. Pariwisata

Menurut (L. Walker, 2017), pariwisata merupakan bidang studi yang luas yaitu mencakup berbagai aspek mulai dari mengurus serta memenuhi kebutuhan para tamu hingga pembuatan acara dan rencana untuk hiburan tamu.

2. Industri Perhotelan

Menurut (L. Walker, 2017), perhotelan atau *hospitality* memegang peran yang besar dalam industri pariwisata suatu negara. Industri perhotelan

merupakan industri yang bergerak dalam bidang jasa, seperti penginapan, perencanaan acara, taman hiburan, transportasi. Salah satu unit dari industri perhotelan adalah restoran.

3. Wisata Kuliner

Menurut (L. Walker, 2017) menjelaskan bahwa dalam pariwisata kategori yang utama berdasarkan kebutuhan adalah makanan dan minuman seperti wisata kuliner dan ekowisata, maksud dari penjelasan diatas adalah kuliner dan *ecotourism* merupakan faktor utama dalam industri pariwisata. Kuliner atau wisata kuliner merupakan eksplorasi makanan sebagai tujuan dari pariwisata. Makan di luar rumah saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan dan dianggap hal yang umum di kalangan masyarakat.

4. Restoran

Bedasarkan dari Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia mengenai standar usaha restoran, restoran adalah salah satu jenis usaha yang bergerak pada bidang penyediaan makanan dan minuman yang sangat diperlukan oleh setiap orang dan juga dilengkapi dengan perlengkapan dan peralatan dalam proses pembuatan makanan, penyimpanan. dengan memiliki tujuan yaitu memperoleh keuntungan sebesar – besarnya. Menurut (J. R. Walker, 2018) terdapat beberapa klasifikasi restoran, yaitu sebagai berikut:

a. Chain Restaurant

Jenis restoran ini adalah sebuah kelompok usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman dan *chain* restoran yang berada

dibawah naungan satu pemilik atau perusahaan. Jenis restoran ini memiliki keuntungan sendirinya, seperti: lebih banyak dikenal oleh masyarakat, pengembangan sistem teknologi yang canggih, serta memiliki pengaruh periklanan yang lebih besar dalam perkembangan bisnisnya. Contoh: *Yum Brands* (perusahaan ini merupakan pemilik dari jaringan restoran *KFC, Pizza Hut, Taco Bell*)

b. Independent Restaurant

Seperti yang dapat diketahui mulai dari namanya, jenis restoran ini merupakan jenis restoran yang memiliki sifat sendiri atau mandiri. Kelebihan dari jenis restoran ini adalah akan mendapat *do their own thing* atau dengan kata lainya sendiri dimana mereka dapat melakukan segala sesuatunya dengan sendiri atau mandiri sesuai dengan keinginan pemilik restoran sendiri, contohnya dalam hal pengembangan konsep, menu, dekorasi, sistem operasionalnya. Contoh: Restoran milik pribadi (*De – pluit, Shu Guo Yin Xiang, Haidilao restaurant, Osteria GIA*)

c. Franchised Restaurant/Restoran Waralaba

Jenis restoran ini merupakan dimana restoran yang akan dijadikan sebagai hak milik dengan cara membeli dan mempunyai hak untuk menggunakannya dengan biaya royalti, pilihan yang memungkinkan bagi mereka yang ingin mencoba untuk membuka bisnis restoran, namun tidak memiliki pengalaman yang luas mengenai restoran. Contoh: *JollyBee's, Bakmi Naga, Dear Butter.*

d. Sandwich Shops

Jenis restoran ini adalah sebuah restoran yang hanya menyediakan makanan berupa *sandwich*, seperti namanya sendiri yaitu *sandwich shops*. Keuntungan dari *took* ini adalah mudah dioperasikan jika dibanding dengan *full-service restaurant*.

Contoh: *Subway*.

e. Quick-Service Restaurant

Jenis restoran adalah hampir setiap orang sangat menyukai menyebutnya dengan istilah restoran *fast-food* atau cepat saji. Sistem jenis restoran ini adalah makanan akan dibayar sebelum disajikan dan kemudian para tamu melakukan *self-service*, yaitu mengambil makanan dan minuman sendiri biasanya bisa melalui *Drive – Thru* atau *Walk – in*. Contoh : *McDonald's*, *Burger King*, *KFC*, *Tacco bell*, *Hoka-Hoka Bento*, dan *Bakmi GM*.

f. Pop-Up Restaurant

Jenis dari Restoran ini adalah restoran kali ini memiliki keunikan karena hanya muncul selama beberapa hari, seperti jika ingin mengunjungi jenis restoran seperti ini kita harus membayar sebuah tiket terlebih dahulu. Restoran ini biasanya dapat kita temukan dalam sebuah festival dan strategi pemasaran yang digunakan adalah menggunakan media sosial.

Contoh : *Pop-Up Market*, Festival Makanan di *Pik Avenue Mall*, Atau Festival makanan nusantara di *Summarecon Mall*

Serpong.

g. *Food Trucks*

Jenis restoran ini adalah terdapat keunikan restoran yang menarik. *Food Truck* sendiri telah menjadi sebuah bagian dari pengembangan dari para pedagang kaki lima, dimana para pemilik menggunakan kendaraan *mini truck* atau mobil mereka untuk dijadikan seakan – akan gerobak untuk berjualan makanan dan minuman. Contoh: Jellskopi, Rempah loka *Loco Mama Jakarta*, *Street Ramyun*.

h. *Fast-Casual Restaurant*

Jenis restoran ini adalah dimana restoran yang berada diantara layanan cepat saji (*Quick-Service Restaurant*) dengan restoran kasual (*casual dining*). Sistem dari restoran ini adalah menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi atau *premium*, dekorasi ruangan yang menarik, *simple*, dan nyaman serta menyajikan makanan dan minuman yang sehat. Contoh: *Pizza E-Birra*, *kitchenette*, *Old-Town Coffee*, *QQ kopi tiam*.

i. *Family Restaurant*

Jenis restoran ini adalah sebuah restoran yang bertumbuh dari gaya jenis kedai kopi pada awalnya. Dan biasanya, lokasi restoran jenis ini tidak sulit dijangkau dari pinggiran kota. Tipe menu yang ditawarkan pun bersifat *informal* dan memberikan layanan yang sederhana untuk menarik keluarga atau komunitas yang ingin

makan dengan suasana ramai dan berkumpul. Beberapa restoran menawarkan minuman beralkohol, tetapi kebanyakan tidak menyajikan minuman beralkohol. Contoh: Restoran Angke, Hakka Restoran, *Fook Yew*, *Central restaurant*.

j. Casual Restaurant

Jenis restoran ini adalah restoran yang sangat populer di kalangan anak muda jaman sekarang, dikarenakan masuk kedalam *trend* sosial serta masuk dalam gaya hidup yang santai sambil menikmati suasana. Restoran ini identik dengan dekorasi yang nyaman, menu makanan khas, dan *menu bar* yang kreatif. Contoh: Pancious Jakarta, B Steak, Bunga Rampai, Bottega, Cove Batavia.

k. Fine Dining Restaurant

Jenis restoran ini bisa dibilang sebagai restoran yang mewah dan mahal dengan kualitas tinggi. Karena pelayanan yang ditawarkan bersifat formal dan sesuai dengan *Standard Operating Procedures (SOP)* yang sudah ditentukan oleh pihak restoran tersebut. Bahan-bahan makanan yang digunakan adalah bahan *impor*, seperti: *salmon*, *caviar*, *truffle*. Sebagian besar *fine dining* restaurant menjual minuman beralkohol, seperti: *wine*, *champagne*, dan beberapa jenis minuman beralkohol lainnya. Contoh : *Namaaz Dining*, *Le petit Chef*, NIX, OKU, Animale.

l. Hotel Restaurants

Hotel restoran ini memiliki sifat tersendiri dimana lebih

memprioritaskan kualitas untuk memberikan pelayanan atas permintaan tamu. Pada saat ini, penghasilan dari suatu hotel bukan hanya berasal dari jumlah kamar yang berhasil terjual, melainkan berasal dari *outlet* restoran yang unik dan memiliki cita rasa makanan yang sangat ingin membuat pengunjunnya kembali untuk kesekian kalinya. Contoh: *C's Steak and Seafood* restoran, *Sumire* restoran, *Table 8* restoran, *ASIA Restaurant*.

m. *Steakhouses*

Jenis restoran ini adalah sebuah restoran yang menunjukkan untuk pengunjung – pengunjung yang suka dengan makanan dengan bahan dasar daging. Semua konsep *steakhouses* menawarkan *steak*, tetapi jangkauan layanan yang diberikan luas, dari layanan yang sederhana hingga layanan kelas atas. Contoh: Gandhi Steak (layanan sederhana), Bistecca (layanan kelas atas), *Wolfgang's Steak house*, *B steak*, *Holycow! Steak house*, *Abuba Steak*.

n. *Seafood Restaurant*

Restoran ini adalah sebuah restoran yang khusus untuk menyajikan sebuah makanan hidangan laut yang masih segar atau *live*, seperti: ikan, cumi, udang, lobster, dan hidangan laut lainnya. Biasanya, restoran ini didirikan oleh *independent restaurant owner*. Contoh: Bandar Djakarta, *Rasane Seafood*, *Aroma sop seafood*, Wiro sableng 212, Jemahdi.

o. *Ethnic Restaurant*

Restoran jenis adalah restoran yang menyajikan makanan yang berasal dari negara/daerah tertentu (terspesifikasi) dengan memiliki cita rasa yang sama seperti aslinya, seperti: *Chinese food*, *Italian food*, *Thailand food*, *Indonesian food*, *Korean foods*. Contoh : Bornga (*Korean foods*), Magal (*Korean foods*), NAM (*Thailand foods*), Hai Di Lao (*Chinese foods*), Restoran Sarang Oci (Makanan khas manado).

p. Theme Restaurant

Jenis restoran ini adalah dengan menjadikan konsep sebagai diutamakan segalanya diatas segalanya, biasanya menekankan kesenangan, fantasi, mengagungkan, atau meromantisasi. Contoh : *Unicorn Café*, *Boja Eatery*, *The Garden*, *Pink Mama*.

q. Coffee Shops

Jenis restoran ini adalah restoran yang menyediakan berbagai macam kopi atau teh, serta beberapa makanan ringan, seperti kue, roti, Croissant, sandwich. Biasanya orang yang mengunjungi *coffee shops* hanya ingin bersantai, atau sedang membutuhkan waktu untuk berbicara santai, atau berbicara mengenai pekerjaan, ditambah dengan menikmati *desain interior* yang nyaman. Contoh : *Maxx Coffee*, *Starbucks*, %, Janji Jiwa.

r. Chef-Owned Restaurant

Restoran ini adalah restoran yang didirikan oleh seorang koki. Keuntungan dari restoran jenis ini adalah memiliki seorang

penanggung jawab yang berpengalaman, bermotivasi tinggi. Namun, biasanya restoran ini juga dibantu oleh seseorang yang paham betul atau yang lebih berpengalaman akan bagian pemasaran restoran, manajemen, keuangan. Contoh : *Sumire Restoran, C's Steak and Seafood* restoran.

s. *Centralized Home Delivery Restaurants*

Jenis restoran ini adalah jenis restoran yang menyediakan layanan pesan antar sebagai layanan utamanya. Dan pemesanan biasanya dilakukan melalui internet, aplikasi, atau telepon, serta pembayarannya dilakukan secara langsung kepada kurir yang mengantar atau pada saat ini pembayaran dilakukan menggunakan *E-Wallet*, seperti Dana, *M-Banking*. Contoh: *Pizza Hut Delivery (PhD)* , *McDonald's Delivery, Domino's Pizza*.

Jadi berdasarkan teori yang sudah dijelaskan di atas Hociakk Dimsum termasuk ke dalam kategori *Ethnic Restaurant* karena Hociakk Dimsum menawarkan makanan yang berasal dari negeri China dalam porsi kecil dan dipadu dengan dekorasi – dekorasi restoran yang mendukung dan membuat para pengunjung seperti merasakan ada di negeri China.

5. Klasifikasi pelayanan Restoran

Menurut (Cousins et al., 2014) terdapat 5 kategori layanan yang dapat ditawarkan oleh restoran, yaitu

a. *Table service*

Tamu restoran yang dilayani di meja yang telah disiapkan. Jenis layanan ini meliputi *plated service* atau *silver service*. Jenis layanan ini tentunya sering sekali ditemukan di hampir semua restoran. Area layanan yang ditawarkan adalah dengan tamu masuk ke dalam restoran dan duduk, lalu *staff* restoran akan memberikan menu kepada tamu. *Table service* dibagi lagi dalam menjadi beberapa jenis *service*/layanan, yaitu :

1) *Silver/English Service*

Penyajian dan pelayanan makanan diberikan oleh *staff*, kemudian *staff* kembali untuk membersihkan meja jika tamu sudah selesai menyantap hidangan.

2) *Family Service*

Pada tipe layanan ini, penyajian makanan dilakukan dengan menaruh makanan di atas meja dan menyantapnya secara bersamaan.

3) *Plate/American Service*

Layanan jenis ini adalah dengan menyajikan makanan yang sudah diporsikan diatas piring, kemudian makanan tersebut dihidangkan ke atas meja tamu.

4) *Butler/French Service*

Jenis layanan ini menggunakan konsep *guerdon*, dimana pelayan memberikan aksi pertunjukkan masak atau mempersembahkan *display* makanan di hadapan tamu.

5) *Buffet Service*

Jenis layanan ini dapat kita temukan di dalam acara besar, seperti: pesta pernikahan. Dalam pelayanan *buffet* ini, berbagai jenis hidangan makanan akan diletakkan diatas meja besar dan tamu mengambil makanan yang diinginkannya, lalu kembali ke tempat duduk masing- masing.

6) *Russian Service*

Layanan ini merupakan layanan yang paling *formal* dibandingkan jenis layanan lainnya. Penyajian makanan dilakukan berdasarkan *SOP (Standard Operating Procedure)* yang sudah ditentukan.

7) *Assisted Service*

Jenis layanan ini merupakan perpaduan antara *table service* dan *self-service*. Sebagian makanan disajikan kepada tamu di atas meja tetapi disamping itu, tamu juga dapat mengambil makanannya sendiri (*self-service*). Biasanya layanan seperti ini dapat kita lihat di dalam layanan *breakfast* hotel dan *banquet*.

8) *Self-service of Customers*

Layanan yang dilakukan secara mandiri oleh tamu. Tipe layanan semacam ini dapat kita temukan di dalam kafetaria maupun kantin. Sistem layanan *self-service* dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu: *counter, free-flow, echelon, dan supermarket*.

9) *Single Point Service*

Layanan seperti ini biasanya dikonsumsi ditempat atau dibawa pulang. Tamu memesan makanan, membayar, dan langsung menerima makanan atau minuman yang mereka pesan, misalnya konter, *bar*, *drive thru*, dalam operasi makanan cepat saji, atau di mesin penjual otomatis.

10) *Specialised Service (or service in situ)*

Layanan yang dimana makanan dan minuman tamu dibawa kemana tamu tersebut berada, seperti contohnya: layanan *tray* yang diberikan kepada pasien di rumah sakit, *home delivery*, *lounge*, *in-room dining*, *drive-in*.

Jadi berdasarkan teori yang sudah dijelaskan di atas Hociakk Dimsum termasuk ke dalam kategori *Single Point Service*. Karena Hociakk Dimsum merupakan jenis makanan yang bisa dimakan ditempat atau dibawa pulang.

6. *Menu*

Di dalam sebuah restoran, *menu* menjadi hal yang paling penting dalam menampilkan semua produk makanan dan minuman yang akan ditawarkan kepada para pengunjung. Terdapat beberapa tipe *menu* yang terdapat didalam sebuah restoran, yaitu antara lain (J. R. Walker, 2018) :

a. *À la Carte*

Menu jenis ini menawarkan item dengan harga *individual*. *Menu* jenis ini dapat ditemukan hampir di seluruh restoran.

b. *Table d'hôte*

Menu jenis ini menawarkan pilihan dari beberapa hidangan lengkap (*complete meal*) yang tamu pilih dengan harga tetap. Jumlah hidangan pada *menu* ini biasanya terbatas dan terdiri dari beberapa kelompok hidangan (*courses*).

c. *The du jour menu*

Menu jenis ini menawarkan pilihan hidangan makanan yang hanya ada dalam hari tertentu saja. *du jour* berarti *of the day*. Contoh: *pasta of the day, soup of the day*.

d. *Cyclical menu*

Berdasarkan namanya, *menu* ini merupakan jenis menu yang menawarkan makanan dan minuman secara berulang dalam kurun waktu tertentu dan pada umumnya digunakan di rumah sakit.

e. *California menu*

Menu ini diberi nama demikian karena sebagian besar restoran di negara *California*, tamu dapat memesan hidangan makanan setiap saat dalam satu hari. *Menu* yang menghadirkan *menu* terpisah untuk setiap jenis makanan (*breakfast, lunch, dinner, brunch*).

f. *Tourist menu*

Dapat dilihat dari namanya, *menu* ini ditujukan untuk para turis. *Menu* ini dibuat untuk menarik perhatian turis yang sedang berpergian jauh dari negara asalnya, serta ingin menawarkan makanan dengan cita rasa daerah yang sesuai dengan turis tersebut

Jadi berdasarkan *menu* yang ditawarkan di atas Hociakk Dimsum termasuk ke dalam kategori *Menu À la Carte*. Karena Hociakk Dimsum merupakan jenis makanan yang dipesan dengan satu – persatu yang sesuai dengan keinginan pembeli dan memiliki banyak jenis makanan yang ditawarkan.

7. Konsep Bisnis

Dimsum adalah jenis makanan yang disajikan dalam keranjang pengukus yang berukuran kecil. Masyarakat Hongkong yang menggunakan bahasa Kanton sehari-harinya, sehingga memberikan nama untuk jenis makanan ini yaitu dengan sebutan “Dimsum” yang pada mulanya berasal dari jalan sutra, karena banyaknya para pedagang yang bersinggah di warung teh untuk beristirahat pada saat perjalanannya pulang pergi sambil membawa barang dagangannya dan terkadang para pedagang hanya melepas lelah sebentar untuk kemudian melanjutkan perjalanan kembali. Terkadang ada juga petani yang telah menyelesaikan pekerjaannya dan pada sore harinya juga pergi ke warung teh sekedar untuk berkumpul dengan teman-temannya sambil minum teh. Para pedagang biasanya hanya makan-makanan yang ringan saja sebagai teman minum teh, makanan inilah yang dinamakan *dianxin* (點新) atau dim sum (Kanton) yang arti yaitu “sedikit tapi lekat dihati”. Sedangkan tradisi minum teh yang ditambah dimsum disebut *Yum Cha* atau minum teh. Namun, tradisi ini semakin memudar seiring dengan berjalannya waktu hanya masyarakat di *China Selatan* (sekitar *Guangzhou*) saja yang masih mempertahankan tradisi dengan menyajikan dimsum sebagai salah satu kuliner wajib dalam acara-acara

besar dan peringatan khusus. Konsep bangunan dari Hociakk Dimsum adalah China kuno yang terkesan modern, karena konsep ini akan dikombinasikan dengan *Chinatown*, Pantjoran PIK. , selain dari konsep, arti nama dari Hociakk Dimsum adalah Enak (makanan), nama ini diambil bahasa Hokkien yaitu Ho dan Ciak, dimana Ho yang memiliki arti Baik atau Enak dan Ciak sendiri adalah Makan sehingga Hociakk Dimsum adalah Dimsum yang Enak (makanan). Selain nama Hociakk Dimsum, terdapat aplikasi untuk mempermudah para pelanggan untuk melihat dan memesan makanan dengan *home delivery* atau *self pick-up*, selain itu kami juga membuat *packaging* yang mudah di daur ulang dan juga perlengkapan peralatan makanan yang sangat praktis digunakan serta kami juga menyediakan tisu alkohol dan amplop untuk menaruh masker, Hociakk juga memiliki beberapa metode untuk melakukan pemesanan yaitu: *Walk – In* yang bisa langsung pesan melalui *scan QR* atau menggunakan aplikasi Hociakk Dimsum, untuk *Drive – In* bisa dari pantjoran PIK sendiri kita hanya cukup menscan *QR* untuk dan pembayaran bisa melalui *non-tunai* atau tunai (karyawan Hociakk yang akan menghampiri pelanggan) dengan cukup memberikan nomor kendaraan dan jumlah nominal uang yang akan diberikan dan pelayan Hociakk akan menghampiri dan sambil memberikan pesanan serta uang kembalian, mengenai tempat tunggu untuk *Drive-In* Pantjoran telah menyediakan lahan parkir khusus *Drive-In*. Selain itu Hociakk juga menyediakan *Home Delivery* bisa menggunakan aplikasi Hociakk atau aplikasi makanan yang bekerja sama dengan Hociakk Dimsum, Hociakk akan menggunakan *chef* yang berasal dari china sehingga

akan menghadirkan rasa dimsum yang *authentic* dan kualitas akan terjamin baik, dan juga kualitas yang akan diberikan untuk setiap pelanggan, restoran kami dirancang dengan sedemikian rupa agar setiap pengunjung yang berdatangan akan merasa nyaman untuk bersantap sambil berdiskusi, Layanan *Dine – In* akan mematuhi protokol kesehatan dengan pemberlakuan maksimum 50% dari kapasitas restoran dan batas waktu untuk makan ditempat yaitu 60 menit. Tipe restoran untuk Hociakk Dimsum sendiri adalah *Ethnic Restaurant* karena tema dari restoran Hociakk sendiri adalah China kuno. *Menu* yang akan ditawarkan oleh Hociakk Dimsum adalah menu *à la carte* dan untuk jenis layanan yang digunakan adalah *Single Point Service*, yang dimana para pelanggan akan dilayani oleh karyawan Hociakk pada saat ingin memesan atau juga bisa memesan melalui aplikasi yang telah kami sediakan, dan pengambilan makanan bisa diambil di bagian *Pick-Up area*.

GAMBAR 4
Lokasi Tenant Hociakk Dimsum



Sumber: Marketing Pantjoran PIK (2021)