

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Kepariwisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun (2009) Pasal 1 mencakup seluruh kegiatan pariwisata yang bersifat multidimensi dan berwujud kebutuhan serta interaksi masyarakat dengan sekitarnya. Kemudian pada Pasal 14, dijelaskan bahwa usaha pariwisata meliputi beberapa sektor yaitu daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, dan beberapa sektor lainnya dimana salah satunya adalah usaha jasa makanan dan minuman atau yang lebih dikenal dengan *food and beverage industry*. *Food and beverage industry* (Yusnita et al., 2013) merupakan sektor dalam pariwisata yang khusus memfokuskan pada makanan dan minuman baik yang mengandung alkohol maupun yang tidak mengandung alkohol termasuk penyajian dan pelayanan dari makanan dan minuman tersebut. Selain itu, usaha jasa makanan dan minuman (Rai Utama, 2014) dapat berupa restoran, kafe, jasa boga, ataupun kedai minum merupakan usaha jasa yang menyediakan makanan dan minuman serta dilengkapi dengan peralatan guna melengkapi proses pembuatan.

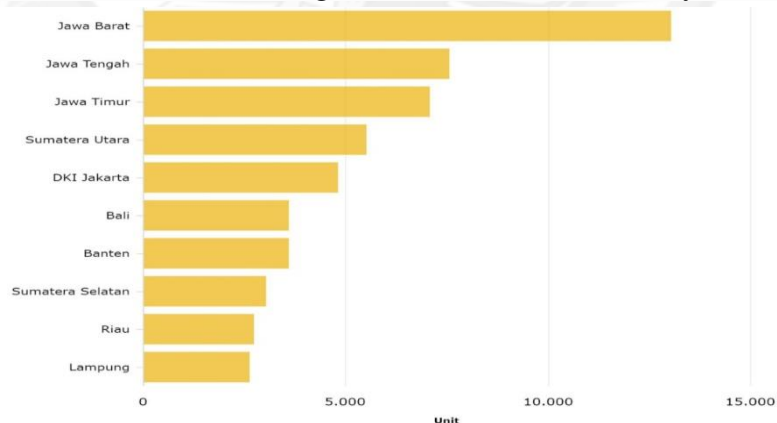
Food and beverage industry sendiri merupakan salah satu sektor pendukung pariwisata yang sangat penting karena tanpa peranan industri ini, maka wisatawan akan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan primer mereka akan makanan dan minuman terutama ketika mereka melakukan perjalanan wisata. Salah satu bentuk industri makanan dan minuman adalah restoran dimana restoran sendiri mulai berkembang di negara-negara ekonomi maju yang rata-rata penduduknya

banyak menghabiskan waktu untuk makan di luar dibanding memasak sendiri di rumah. Definisi restoran sendiri menurut Soekresno dalam (Yusnita et al., 2013) merupakan suatu bentuk usaha komersial yang secara umum menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman serta pengelolaannya dilakukan secara profesional.

Industri makanan dan minuman membuka peluang yang terbuka lebar sehingga diperlukan pelayanan tamu hingga variasi menu yang lebih berkembang untuk dapat bertahan dalam industri ini (Yusnita et al., 2013). Peluang besar tersebut membuat jenis usaha ini sering kali ditemukan di kota-kota besar seperti DKI Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan banyak daerah lainnya. Jumlah restoran yang berdiri di DKI Jakarta hingga saat ini kian meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari perincian data dari Badan Pusat Statistik Tahun (2019) pada gambar berikut ini:

GAMBAR 1

Daftar Provinsi di Indonesia dengan Jumlah Restoran Terbanyak (2019)



Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan data pada gambar 1 di atas, Badan Pusat Statistik mencantumkan bahwa Provinsi DKI Jakarta menempati posisi kelima dengan total sekitar 5.000

unit sebagai provinsi dengan jumlah restoran terbanyak. Posisi Provinsi dengan jumlah terbanyak masih diduduki oleh Provinsi Jawa Barat dengan total 13.034 unit diikuti dengan Jawa Tengah dengan total 7.458 unit dan Jawa Timur di posisi ketiga dengan total 7.060 unit. Berdasarkan data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa Daerah Jawa secara keseluruhan termasuk DKI Jakarta memiliki potensial besar dalam menjalankan jenis usaha restoran. Di DKI Jakarta sendiri, Kota Jakarta Utara merupakan salah satu kota yang memiliki rumah makan atau restoran yang berkembang pesat dimana pertumbuhan tersebut dapat dilihat pada data berikut:

TABEL 1

Jumlah Rumah Makan Atau Restoran Menurut Kecamatan (2018-2019)

Kecamatan	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan	
	2018	2019
Penjaringan	78	204
Pademangan	40	74
Tanjung Priok	51	40
Koja	21	7
Kelapa Gading	189	280
Cilincing	8	2
Jakarta Utara	387	607

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara (2019)

Berdasarkan data tabel di atas, hasil data menunjukkan bahwa Kota Jakarta Utara mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam satu tahun dengan jumlah total restoran sebanyak 607 restoran pada tahun 2019 yang tersebar di beberapa kecamatan Jakarta Utara. Jumlah ini meningkat dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya yakni 2018. Jumlah restoran terbanyak terletak di Kecamatan Kelapa Gading dengan total 280 restoran yang kemudian diikuti oleh Kecamatan Penjaringan sebanyak 204 restoran pada tahun (2019). Hal ini menunjukkan meningkatnya minat masyarakat untuk makan di rumah makan atau di restoran

dalam memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman. Selain jumlah restoran yang semakin meningkat, peningkatan juga terjadi pada jumlah penduduk Kota Jakarta Utara yang juga ikut mempengaruhi kebutuhan akan makanan dan minuman:

TABEL 2

Jumlah Penduduk Kota Jakarta Utara (2018-2020)

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

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara (2020)

Menurut data pada tabel 2, menunjukkan bahwa Kota Jakarta Utara mengalami peningkatan jumlah penduduk per tahun nya. Pertumbuhan jumlah penduduk dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2020 dengan jumlah total penduduk akhir tahun (2020) sebanyak 1.844.462 orang. Hasil data juga menunjukkan bahwa setiap kecamatan di Kota Jakarta Utara memiliki pertumbuhan jumlah penduduk. Berdasarkan data tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa meningkatnya pertumbuhan penduduk di Kota Jakarta Utara tiap tahunnya juga ikut meningkatkan jumlah permintaan akan kebutuhan makanan dan minuman.

Dari uraian-uraian yang telah dijelaskan di atas, dalam rangka memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman masyarakat DKI Jakarta, khususnya kota Jakarta Utara yang sangat prima dan dibutuhkan saat ini, maka penulis bertujuan untuk dapat membuat suatu usaha jasa penyedia makanan dan minuman dalam bentuk restoran.

Studi kelayakan bisnis yang akan dilaksanakan penulis merupakan salah satu bentuk usaha jasa penyedia makanan dan minuman berupa restoran berjenis *pancake house*. Menurut (Marsum, 2005), restoran *pancake house* merupakan restoran yang menjual menu khusus berupa varian menu *pancake* dan *crepes* dengan berbagai pilihan *topping* dan isi. Oleh karena itu, produk utama yang akan ditawarkan restoran ini berupa menu *pancake* yang dipadukan dengan ayam goreng tepung diikuti dengan berbagai varian menu bertemakan *snack bites* ataupun *pancake* manis. Restoran ini menyajikan menu *pancake* yang dapat dinikmati sebagai makanan ringan ataupun makanan penutup. Yang membedakan restoran ini dengan *pancake house* lainnya adalah restoran ini akan memberikan penyajian yang lebih sederhana, yakni tidak disajikan di atas piring seperti restoran pada umumnya, namun penyajiannya lebih kepada bentuk makanan bertema *snack bites*. Tema *snack bites* ini bertujuan agar konsumen mudah membawa produk kemana-mana disertai dengan *packaging* yang *simple* dan harga yang sudah pasti lebih terjangkau dibanding kafe dan restoran lain.

Panclays Restaurant mengedepankan pelayanan *self-service* dengan menyediakan *self-order kiosk* dimana belum banyak restoran *pancake* yang menggunakan sistem *self-order kiosk* ini terutama bagi yang khawatir akan higienitas di masa pandemi ini. Untuk dapat bersaing, *Panclays Restaurant* memiliki salah satu *value* penting yaitu *customizable* dimana *Panclays Restaurant* menyediakan layanan “Make Your Own Pancake”. Layanan ini membuat konsumen dapat dengan bebas memilih mulai dari *topping*, bahan, dan *sauce* dari *pancake* mulai dari yang rendah kalori ataupun yang normal serta dapat ikut merasakan proses pembuatannya didampingi oleh *chef-in-charge*.

Restoran ini memiliki nama *Brand* yaitu “Panclays” dan maskot tersendiri yang melambangkan jenis usaha ini sebagai salah satu industri makanan dan minuman. Pemilihan nama “Panclays” berasal dari kata “Pan” yang memfokuskan pada produk yang dimasak di atas *pan* atau wajan yaitu berupa *pancake*. Pemilihan kata “Clays” memiliki arti *founder* dari *brand* tersebut yang adalah penulis sendiri. Kata “Clays” merupakan singkatan dari nama penulis yaitu Cindy Layanardi yang dapat diartikan sebagai gerai *chicken and pancake* yang diproduksi dan dikelola oleh penulis sendiri serta memiliki keautentikan tersendiri berdasarkan ide asli penulis. Produk utama *Panclays Restaurant* berupa menu yang terinspirasi dari menu *chicken and waffle*. Dikutip dari artikel (Detikfood, 2016), Safira menjelaskan bahwa produk *chicken and waffle* merupakan salah satu menu khas negara Amerika dimana *waffle* disajikan dengan mentega dan sirup *maple* serta diberi pelengkap berupa ayam goreng tepung. Menu ini sebenarnya tidak biasa disajikan berdampingan namun seiring dengan tren yang berkembang di berbagai negara termasuk Afrika Amerika, menu ini mulai banyak disajikan untuk *brunch* dan dinobatkan menjadi “*soul food*” oleh warga Amerika. Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin berinovasi dengan mengganti komponen dalam menu *chicken and waffle* dengan komponen *pancake* sebagai alternatif. Inovasi penggantian *waffle* menjadi *pancake* ini menjadi salah satu keunikan *Panclays Restaurant* yaitu menggunakan *pancake* sebagai bahan utama dalam produk-produk yang dihasilkan.

Dikutip dari (Detikfood.com), bisnis *pancake* merupakan bisnis populer yang disukai oleh banyak orang mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena dapat dinikmati sebagai makanan ringan ataupun berat. Selain peminat *pancake* yang besar, bahan baku dan proses pembuatannya juga mudah, serta dapat

dijalankan dengan modal yang kecil sehingga menjadikan pangsa pasar bisnis ini sangat cerah. Usaha *pancake* dapat mendatangkan keuntungan yang besar karena konsumen tergolong cukup besar dan tak terbatas serta sangat cocok disantap untuk acara apapun dimanapun. Usaha *pancake* memiliki prospek jangka panjang yang sangat bagus karena dapat dilihat dari usaha yang terus menjamur dan sukses dipasarkan dan diduplikasi oleh pelaku usaha. Usaha *pancake* sendiri bebas dikreasikan tanpa batas karena dapat dipadukan dengan apa saja. Menu ini dapat dipadukan dengan rasa yang manis ataupun gurih sehingga dapat dimodifikasi dengan berbagai pilihan rasa sebagai diferensiasi dengan pesaing usaha *pancake* lain yang juga banyak berkembang. Bahan baku yang tergolong kecil menjadikan omzet yang dihasilkan besar karena hampir setiap masyarakat di tanah air mulai menyadari keberadaan *pancake* ini. bahkan sebagian besar masyarakat gemar untuk menikmatinya di waktu senggang.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat diketahui bahwa produk utama yang ditawarkan *Panclays Restaurant* adalah *pancake and chicken* yang merupakan perpaduan antara *pancake* yang gurih terbuat dari adonan *buttermilk* dengan ayam goreng yang sudah dimarinasi bumbu dengan tambahan berbagai *topping* seperti *crispy bacon* dan sirup *maple* yang manis. Selain itu, dalam menu utama ini, pilihan *topping* yang ditawarkan juga beragam mulai dari pilihan *topping* yang manis seperti *maple syrup*, *honey*, *condensed milk* hingga pilihan *topping* yang gurih seperti *truffle*, *mushroom sauce*, *barbeque sauce*, dan sebagainya. Sesuai dengan arti *brand Panclays Restaurant*, studi kelayakan bisnis ini merupakan suatu bentuk alternatif dan inovasi usaha jasa penyedia makanan dan minuman berupa restoran yang menyediakan variasi menu *pancake and chicken* yang disederhanakan

menjadi tema *snack bites*. Tujuannya adalah agar makanan dapat lebih mudah dimakan serta memiliki harga yang lebih terjangkau dibanding yang tersedia di banyak kafe untuk *brunch* dan restoran. Di era milenial ini juga, tren *brunch* atau *breakfast lunch* banyak digemari anak muda hingga dewasa sebagaimana menurut (Ariyanti, 2015) dijelaskan *brunch* merupakan suatu kegiatan makan besar pada waktu pertengahan antara sarapan dan makan siang dan sering kali dilakukan kala akhir pekan. Tren menu *brunch* dengan *pancake and chicken* yang cukup untuk mengganjal perut ini berasal dari negara barat, dan saat ini cukup populer sehingga semakin banyak tempat menyediakan menu *brunch* baik dari menu barat hingga lokal. Hal ini pula yang mendasari keinginan penulis untuk memberikan alternatif biaya yang lebih terjangkau untuk menu *brunch-breakfast lunch* sekaligus menjadikan menu ini dapat dikonsumsi sebagai makanan ringan dengan penyajian sederhana bertema *snack bites*.

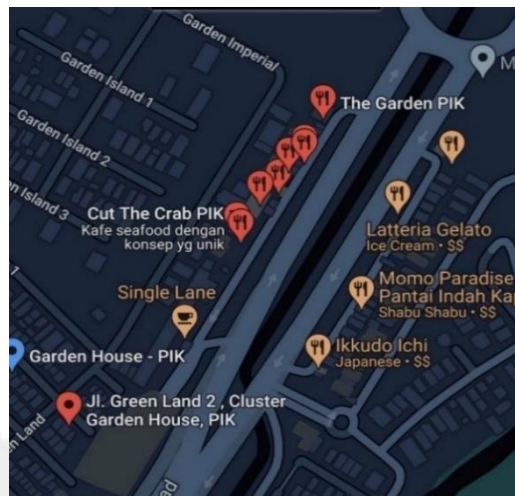
Pemilihan jenis usaha berupa restoran dan bukan kafe dikarenakan rencana lokasi restoran yang akan dilaksanakan di Ruko Garden House, Jalan Gardenia 1 No.12 Pantai Indah kapuk, Jakarta Utara dan ingin lebih memfokuskan pada produk makanan berupa *pancake and chicken* dibanding menu minuman. *Core values* dari restoran ini adalah *uniqueness*, *customizable*, dan *simplicity* dimana restoran ini memberikan penyajian yang lebih sederhana terhadap menu *pancake and chicken* dengan tema *snack bites*. Hal tersebut dapat dilihat dengan beberapa menu inovasi *pancake* seperti *pancake sando*, *pancake burger*, ataupun *chicken pancake pops* yang mudah dinikmati sembari berjalan-jalan serta penyajiannya yang sederhana menggunakan *packaging box* karbon. Restoran ini juga menonjolkan keunikan menu *pancake and chicken* sebagai makanan ringan serta memperkenalkan menu

khas barat ini kepada masyarakat Indonesia. Pemilihan ide bisnis ini dikarenakan penulis melihat bahwa sangat jarang ditemukan ide untuk memadukan *pancake* dengan *fried chicken* yang gurih ditambah dengan berbagai pilihan saus dan *topping* mulai dari manis hingga gurih.

Kendala penulis dalam melakukan studi kelayakan bisnis ini yaitu efek pandemi *COVID-19* dimana diberlakukan pembatasan jam operasional dikarenakan pemberlakuan pembatasan skala mikro (PPKM). Dikutip dari (Kompas.com), pemberlakuan pembatasan ini mengharuskan pembatasan jam operasional khususnya untuk jenis usaha restoran hingga pukul 21.00 malam dan kapasitas restoran hanya diperbolehkan sebesar 50 persen (Agmasari, 2021). Hal ini mengakibatkan diperlukan strategi khusus dalam menyikapi aturan baru menghadapi pandemi sesuai dengan aturan baru yang berlaku. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah memberikan kemasan yang higienis sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku yaitu dengan menggunakan kemasan sekali pakai berupa *carbon box* dan peralatan makan yang terbuat dari kayu. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kekhawatiran konsumen yang ingin menikmati makanan sembari berjalan-jalan dengan tingkat higienitas yang lebih terjamin sebagaimana dikutip dari (cnnindonesia.com) dimana salah satu protokol penyajian makanan dan minuman adalah dengan menyiapkan kemasan dan peralatan sekali pakai atau *disposable*. Studi kelayakan bisnis ini direncanakan penulis akan dilakukan selama periode pembuatan tugas akhir yaitu periode bulan Agustus hingga Desember dengan perencanaan uji coba menu dan resep *pancake and chicken* pada periode bulan September.

GAMBAR 2

Lokasi Ruko Garden House PIK



Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan gambar 2 di atas, penentuan lokasi ini didasarkan pada berbagai faktor, lokasi Pantai Indah kapuk, Jakarta Utara sedang naik daun dan banyak diminati oleh berbagai kalangan untuk kuliner. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fabiola dan Anggraini (Fabiola & Anggraini, 2019) disebutkan bahwa lokasi Pantai Indah Kapuk (PIK) menjadi salah satu daerah yang *iconic* sebagai pusat kuliner di Jakarta Utara. Tempat ini menyediakan makanan dengan banyak variasi serta keunikan yang bisa dinikmati oleh segala jenis umur dan generasi. Lokasi PIK sendiri merupakan kawasan perumahan dan kawasan bisnis elit yang sangat menjanjikan terutama karena bisnis *retail*, kuliner, hiburan, pendidikan, kesehatan semuanya tersedia di PIK. Aksesnya yang sangat mudah juga membuat banyak pengusaha untuk membuka bisnis dimana dikutip dari redaksi Info Pluit Kapuk (2015) bahwa PIK merupakan lokasi bisnis paling populer terutama bagi pengusaha bisnis kuliner akibat demografi penghuni PIK yang tergolong menengah ke atas. Perkembangan wilayah PIK Yang kian meningkat secara cepat juga membuat bisnis kuliner semakin berpeluang apalagi jika

menyajikan menu *western* ataupun Asia yang jumlahnya masih cenderung sedikit. Perkembangan wilayah PIK juga ditandai dengan berkembangnya berbagai fasilitas baru seperti *Urban Farm*, Pantjoran PIK, *The Cove*, ataupun *Food Street* yang menandakan prospek yang besar bagi perkembangan *food and beverage industry* di Jakarta khususnya wilayah Pantai Indah Kapuk karena diminati banyak orang. Meskipun sebagian besar *food and beverage industry* ditargetkan untuk para milenial dan generasi Z, tapi kawasan ini bisa dinikmati bersama keluarga dengan anak-anak, bahkan berkonsep *pet-friendly*. Prospek PIK dalam menghadapi pandemi *COVID-19* sebagai sektor bisnis kuliner juga ditanggapi dengan baik melalui berbagai program *go-digital* dan *cash-less* untuk memenuhi kebutuhan dan minat konsumen.

Lokasi Pantai Indah Kapuk juga menawarkan berbagai pilihan makanan minuman sehingga secara tidak langsung tren makanan dan minuman yang berkembang juga berpotensi. Dilihat dari peta di atas, Lokasi Ruko Garden House dipenuhi oleh berbagai gerai makanan dan minuman lainnya serta saat ini dominan dipenuhi oleh *family restaurant* dan kafe serta *bar* seperti *north bunker*, *cut the crab*, *santhai*. Dikarenakan belum banyak ditemukan produk seperti yang dijual oleh *Panclays Restaurant*, hal ini membuat potensi pasar semakin besar. Hal tersebut didukung oleh (Fabiola & Anggraini, 2019) dimana dominasi masyarakat yang paling familiar dengan daerah PIK merupakan generasi *millennial* yang cenderung menikmati produk unik dan gemar menggunakan anggaran nya untuk mendapatkan pengalaman baru.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis telah mendapatkan berbagai informasi dan data yang mampu mendukung pelaksanaan studi kelayakan bisnis

ini. Oleh sebab itu, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant* ini layak untuk dilaksanakan sesuai dengan tren dan potensi pasar yang telah dianalisa sebelumnya.

B.Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan penulis membuat studi kelayakan bisnis ini adalah untuk memahami dan menganalisis seluruh aspek yang memberikan pengaruh untuk menentukan apakah *Panclays Restaurant* layak atau tidak untuk dijalankan berdasarkan aspek-aspek yang telah dianalisis. Tujuan-tujuan tersebut terbagi menjadi 2 kelompok, antara lain:

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

Tujuan utama mencakup seluruh aspek dari studi kelayakan bisnis yang berkaitan langsung dengan perencanaan dalam mendirikan bisnis, diantaranya adalah:

a. Aspek Pemasaran

Menganalisis dan menerapkan permintaan dan penawaran pasar, segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar termasuk target dan posisi bisnis di pasaran, kategori bauran pemasaran (8P) yang mencakup produk, harga, distribusi, promosi, manusia, pengemasan, pemrogaman, dan kerja sama, serta aspek ekonomi, sosial, legal, politik, lingkungan hidup, dan teknologi yang sesuai dengan bisnis yang dijalankan. Memastikan wilayah PIK sebagai lokasi bisnis yang terlihat secara nyata serta memiliki prospek bisnis jangka panjang yang baik.

b. Aspek Operasional

Menganalisis dan menerapkan pemilihan lokasi yang sesuai berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang ada, aspek jenis aktivitas dan fasilitas, hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas, serta perhitungan kebutuhan terhadap ruang fasilitas dalam operasional. Menganalisis penggunaan teknologi yang digunakan agar dapat menjadi keunggulan bersaing dalam industri bisnis.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis dan menerapkan pengorganisasian perusahaan termasuk analisis perekrutan tenaga kerja, deskripsi pekerjaan, pengelolaan usaha, dan struktur organisasi. Menganalisis dan menerapkan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia serta aspek yuridis yang mencakup bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalisasi, dan peraturan perundangan dari perusahaan.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis dan menerapkan kebutuhan dan sumber dana yang dibutuhkan untuk mendirikan bisnis tersebut dan dituangkan pada berbagai laporan dan proyeksi keuangan untuk mengukur perkiraan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang akan diperoleh bagi perusahaan. Analisa aspek-aspek di atas dilakukan dengan tujuan agar penulis dapat menganalisa manajemen risiko yang ada untuk mengurangi risiko kerugian, mempermudah perencanaan, dan

pelaksanaan operasional bisnis, dan mempermudah pengendaliannya.

Bisnis yang akan dijalankan penulis ini diharapkan dapat menjadi bisnis jangka panjang yang dapat bertahan lama terutama dalam industri makanan dan minuman di Indonesia serta dapat menghasilkan keuntungan. Melalui studi kelayakan bisnis ini, aspek-aspek yang berkaitan dengan bisnis ini diteliti agar pelaksanaan bisnis dapat mencapai kesuksesan dengan menjalankan strategi untuk mengurangi potensi risiko dalam bisnis atau mencegahnya.

2. Sub Tujuan Utama (*Minor Objective*)

Mencakup tujuan-tujuan lain yang ingin dicapai melalui bisnis yang akan didirikan, yaitu:

- a. Mengenalkan varian menu makanan baru di kalangan masyarakat berupa perpaduan cita rasa manis dan gurih yang masih terkesan asing di pikiran banyak orang.
- b. Mendirikan usaha di bidang makanan yang bersifat unik, dengan menyajikan inovasi produk baru berupa *pancake* dan ayam goreng untuk menambah pengalaman menarik konsumen.
- c. Menambahkan wawasan mengenai cara mengolah suatu produk makanan yang memiliki cita rasa yang berbeda yaitu memadukan *pancake* dan ayam goreng yang gurih dengan berbagai pilihan *topping* yang manis ataupun gurih.
- d. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia, khususnya di lokasi sekitar Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

- e. Membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, khususnya bidang pariwisata sebagai daya tarik wisata kuliner Jakarta.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant*, diperlukan sebuah analisis data yang *valid* dalam menentukan langkah-langkah yang tepat pada tahap selanjutnya. Berikut merupakan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam studi kelayakan bisnis ini:

1. Sumber Data

Sumber data dapat diperoleh dari berbagai macam sumber seperti buku akademik dan jurnal dimana secara umum, sumber data tersebut dapat memberikan informasi yang berguna. Selain kedua sumber tersebut, sumber lain seperti jurnal profesional, laporan, dan artikel surat kabar ikut menjadi sumber yang sangat bermanfaat karena dapat memberikan informasi yang spesifik dan nyata terutama mengenai informasi pasar, industri, atau perusahaan di dunia. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder dimana perpaduan yang tepat dari sumber tergantung pada sifat dan tujuan dari proyek penelitian ini. Berikut merupakan penjabaran sumber data yang digunakan dalam memperoleh data yang dibutuhkan *Panclays Restaurant*:

a. Data primer

Data primer menurut (Sekaran & Bougie, 2016) merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu. Metode pengumpulan data menurut (Kurniawan,

2016) terdiri dari empat jenis metode utama yaitu metode wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumenter. Adapun beberapa metode untuk memperoleh data primer dalam studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant* ini, yaitu:

1) Metode Observasi

Metode observasi menurut (Sekaran & Bougie, 2016) merupakan suatu kegiatan mengamati sesuatu melalui indera penglihatan, penciuman, pendengaran. Metode observasi yang dilakukan peneliti dalam studi kelayakan ini adalah dengan mengadakan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian sekaligus menguji kebenaran yang diperoleh berdasarkan teknik pengumpulan data yang telah dilakukan untuk mengetahui secara jelas kondisi dan tren pasar di area tersebut.

2) Metode Kuesioner

Kuesioner menurut (Kurniawan, 2016) merupakan metode pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang tersusun sistematis untuk dijawab menurut persepsi konsumen masing-masing. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), penyebaran kuesioner dibagi menjadi beberapa jenis dan salah satunya adalah penyebaran kuesioner elektronik atau *online* yang dinilai lebih mudah dan cepat karena peneliti hanya perlu mengirim *e-mail* undangan untuk menyelesaikan survei, memposting tautan di situs web,

blog pribadi, atau menggunakan jejaring sosial yang kemudian hasil data dapat langsung tersimpan sebagai hasil analisa statistik (Sekaran & Bougie, 2016).

b. Populasi dan Sampel

Populasi menurut (Sekaran & Bougie, 2016) dapat didefinisikan pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti. Dalam hal ini, *Panclays Restaurant* menargetkan pada masyarakat yang memiliki domisili di sekitar daerah Jakarta dan sekitarnya sebagai populasi. Hal ini dikarenakan perencanaan penentuan lokasi restoran ini berada di daerah Jakarta terutama Jakarta Utara dengan rentang usia mulai dari 15 tahun hingga 39 tahun mulai dari remaja hingga orang dewasa baik keluarga maupun individual. Penentuan rentang usia tersebut berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2018 hingga 2020 dimana jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta pada tahun (2020) memiliki jumlah terbanyak pada rentang usia produktif 35 hingga 39 tahun sebesar 974.357 orang dan usia 15 hingga 19 tahun sebesar 825.828 orang. Rentang usia tersebut memiliki total 431.500.100 orang atau 40 persen dari total penduduk DKI Jakarta. Sampel menurut (Sekaran & Bougie, 2016) berperan sebagai perwakilan atau kumpulan elemen dari sebuah populasi yang dikenal dengan *sampling* dimana terdapat proses memilih individu, objek, atau peristiwa yang tepat. Berdasarkan uraian di atas, sampel

yang digunakan *Panclays Restaurant* merupakan masyarakat yang berdomisili di sekitar Kabupaten Jakarta Utara.

1) *Sample Size*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), dijelaskan bahwa jumlah atau besaran sampel yang ideal tergantung pada sifat populasi dan tujuan penelitian karena semakin besar sampel maka memperkecil kesalahan dalam menarik kesimpulan populasi. Berdasarkan aturan yang dijelaskan Roscoe (1975) dalam (Sekaran & Bougie, 2016), aturan *Rule of Thumb* dalam menentukan besaran sampel mengharuskan sampel berada di rentang antara lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 agar dianggap sesuai. Dalam pengumpulan data dalam studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant*, penulis akan memberikan 32 pertanyaan dalam kuesioner yang akan diberikan kepada responden. Jumlah responden yang diperlukan berdasarkan penjelasan *Hair et al* Tahun (2018) dalam (Memon & Ting, 2020) dimana rasio sampel dengan variabel yang paling disarankan untuk rasio observasi dan variabel adalah lima berbanding dengan satu. Hal tersebut dapat diartikan bahwa dalam menentukan jumlah populasi maka setiap indikator pertanyaan dapat dikalikan lima dimana *Panclays Restaurant* memiliki total 32 pertanyaan yang jika dikalikan dengan 5 memiliki total responden sebesar

160 responden. Jumlah tersebut sekaligus untuk mengantisipasi jumlah data responden yang kurang memadai atau *sample error*. Banyaknya jumlah pertanyaan dan variabel yang ada masing-masing telah mewakili bauran pemasaran bisnis ini dengan tujuan melengkapi informasi mengenai kondisi dan peluang pasar yang ada.

2) Teknik *Sampling*

Menurut (I Gusti Bagus Rai Utama, 2016), teknik *sampling* terbagi menjadi dua yaitu teknik *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Teknik *probability sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel yang memberikan peluang sama terhadap setiap anggota populasi sedangkan teknik *non-probability sampling* merupakan teknik pengumpulan sampel dimana pengambilan sampel tidak dipilih secara acak atau berdasarkan faktor lain yang sudah direncanakan. Berikut merupakan penjelasan mengenai teknik sampel yang akan dilakukan oleh *Panclays Restaurant*:

a) *Non-Probability Samples*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) mengenai teknik sampel ini, tidak semua elemen dalam populasi mendapat peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel sehingga sifatnya cenderung subjektif. *Panclays Restaurant* akan menggunakan teknik *non-*

probability samples yang terdiri dari beberapa metode yaitu:

i. *Convenience*

Convenience sampling merupakan pengumpulan informasi dari anggota populasi acak yang mudah dan cepat karena langsung tersedia.

ii. *Quota*

Quota sampling adalah teknik memilih sampel dalam jumlah atau kuota yang diinginkan berdasarkan hasil penetapan sebelumnya.

iii. *Purposive*

Pengambilan sampel dengan memperoleh informasi yang diinginkan dari kelompok sasaran tertentu dan terbatas pada jenis orang tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, teknik sampel yang digunakan *Pancclays Restaurant* adalah *non-probability sampling* terutama dengan metode *convenience sampling* karena pengumpulan data berasal dari anggota populasi secara acak sehingga lebih mudah dan cepat karena langsung tersedia. Pengumpulan langsung ditujukan kepada masyarakat yang berada di sekitar daerah Jakarta terutama di Jakarta Utara dan penyebarannya disesuaikan dengan target market tanpa adanya syarat ataupun ketentuan khusus sehingga cakupan responden yang memenuhi

potensial target pengumpulan data cukup luas dan kuesioner dapat diisi oleh siapa saja yang masuk sebagai target populasi *Panclays Restaurant*.

3. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuannya sendiri sehingga bukan merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Beberapa sumber data sekunder antara lain buletin statistik, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia dari organisasi, situs web perusahaan, dan internet. Dalam studi kelayakan bisnis ini, penulis memperoleh pemahaman teori serta pengembangan bisnis melalui beberapa sumber seperti studi pustaka buku, artikel, jurnal, statistik, dan situs-situs terpercaya lain yang tersedia di internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner Tertutup dan Terbuka

Panclays Restaurant membagikan kuesioner berupa kumpulan pertanyaan tertulis untuk pengumpulan informasi yang dibutuhkan kepada responden yang bersedia. Menurut (Kurniawan, 2016), kuesioner terbagi menjadi kuesioner terbuka dimana responden dapat menjawab pertanyaan secara bebas dikarenakan tidak ada pilihan jawaban serta kuesioner tertutup dimana responden harus menentukan jawaban berdasarkan pilihan yang tersedia. Dalam studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant*, digunakan perpaduan antara kuesioner tertutup dan terbuka dimana dalam daftar pertanyaan

terdapat perpaduan antara pertanyaan–pertanyaan yang dapat diisi dengan kalimat responden sendiri namun dominasi pertanyaan akan berbentuk kuesioner tertutup dimana penulis akan memberikan pilihan ganda terhadap pertanyaan yang diberikan. Pilihan dari pertanyaan yang diberikan penulis dalam kuesioner tertutup menggunakan skala *likert*. Skala *likert* menurut (Sekaran & Bougie, 2016) adalah suatu teknik pengukuran yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat subjek atau responden merasa setuju ataupun tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan melalui lima tolak ukur, yaitu:

- 1) Angka 1: *Strongly Disagree* (Sangat Tidak Setuju)
- 2) Angka 2: *Disagree* (Tidak Setuju)
- 3) Angka 3: *Neither Agree or Disagree* (Netral)
- 4) Angka 4: *Agree* (Setuju)
- 5) Angka 5: *Strongly Agree* (Sangat Setuju)

b. Observasi Non-Partisipatif Terstruktur

Observasi menurut (Kurniawan, 2016) terbagi menjadi dua yaitu observasi partisipatif dan observasi non-partisipatif. *Pancilays Restaurant* menggunakan metode observasi non-partisipatif terstruktur dimana peneliti tidak terlibat langsung dengan objek penelitian dan hanya bertindak sebagai pengamat serta terbagi menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur (Kurniawan, 2016). Berdasarkan penjelasan ini, observasi non-partisipatif terstruktur mengharuskan peneliti untuk merancang observasi secara

sistematis dan mengetahui objek yang diamati serta waktu pelaksanaannya (Sekaran & Bougie, 2016). Observasi studi kelayakan bisnis yang dilakukan di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara ini akan dilakukan pada tanggal 26 Oktober 2021 dengan beberapa variabel yang akan di observasi sebagai berikut:

- 1) Letak dan aksesibilitas menuju restoran di ruko garden house PIK dan sekitarnya.
- 2) Tingkat keramaian dan jumlah penduduk yang sesuai dengan target pasar.
- 3) Pesaing-pesaing yang berada di sekitar lokasi *Panclays Restaurant* baik yang berada di satu bidang yang sama ataupun yang berpotensi sebagai ancaman.
- 4) Biaya sewa bangunan, luas bangunan dan area parkir, fasilitas, dan kapasitas energi, legalitas usaha.

5. Studi Pustaka

Menurut (Moto, 2019), studi Pustaka merupakan suatu kegiatan untuk mengumpulkan bahan-bahan yang berkaitan dengan penelitian baik yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur, dan sumber terpercaya lainnya. Dalam studi kelayakan bisnis *Panclays Restaurant*, penulis menggunakan banyak referensi terpercaya yang diambil dari internet baik melalui buku ataupun jurnal yang sudah dipublikasikan. Buku-buku dan jurnal yang digunakan memuat penjelasan mengenai metode penelitian, tinjauan konsep, kajian teoritis, informasi mengenai suatu produk makanan, keuangan, dan informasi terpercaya lainnya. Data yang dikumpulkan juga

banyak berasal dari situs-situs pemerintahan untuk mendapatkan data terbaru dan terpercaya dalam bentuk angka maupun informasi tertulis.

6. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), reliabilitas menunjukkan seberapa besar tingkat kesalahan dan pengukuran yang konsisten pada berbagai aspek dalam analisis. Reliabilitas diukur berdasarkan besarnya kesalahan dimana jika kesalahan sedikit maka instrumen ini dapat diandalkan, jika besar kesalahan maka instrumen tidak dapat diandalkan (Kurniawan, 2016). Berdasarkan penjelasan di atas, analisis yang digunakan dalam studi kelayakan *Panclays Restaurant* ini adalah teknik analisis data kuantitatif deskriptif dan kualitatif. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), Teknik kuantitatif deskriptif merupakan metode dengan tidak membandingkan suatu variabel dengan variabel lain melainkan mencari hubungan antar variabel. Uji validitas menurut (Kurniawan, 2016) merupakan suatu cara untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan pertanyaan dalam pengukuran variabel. Uji validitas yang digunakan *Panclays Restaurant* menggunakan korelasi *product moment* yaitu dengan membandingkan skor pada masing-masing aspek dalam bauran pemasaran dengan skor total dari jumlah aspek yang ada (Kurniawan, 2016).

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Kepariwisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun (2009) Pasal 1 mencakup seluruh kegiatan pariwisata yang bersifat multidimensi dan berwujud kebutuhan serta interaksi masyarakat dengan

sekitarnya. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan suatu aspek penting yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sembari menikmati objek wisata selama perjalanan. Masa sekarang ini, objek-objek wisata banyak dicari oleh masyarakat yang membuat pelaku usaha harus mampu menyediakan suatu objek wisata menarik yang memiliki keunikan dan ciri khasnya sendiri yang dapat membedakan dengan objek wisata lainnya. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun (2009) Pasal 14, dijelaskan bahwa usaha pariwisata meliputi beberapa sektor yaitu:

- a. Daya tarik wisata
- b. Kawasan pariwisata
- c. Jasa transportasi wisata
- d. Jasa makanan dan minuman
- e. Lainnya

Uraian di atas memberikan suatu pernyataan bahwa sektor penyediaan makanan dan minuman sebagai suatu sarana wisata memiliki peranan penting dalam suatu pariwisata. Hal ini dikarenakan setiap orang yang sedang berwisata pasti membutuhkan pemenuhan kebutuhan primer yaitu makan dan minum ataupun sekedar untuk memenuhi keinginan pribadinya.

2. Pengertian Restoran

Restoran menurut Marsum dalam (Endang Darwin Durachim, 2017) merupakan suatu bangunan yang didirikan dengan tujuan komersial dengan memberikan pelayanan yang baik berupa makanan dan minuman. Definisi

restoran menurut pendapat umum PHRI Tahun (2005) dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu:

a. Restoran Dalam Hotel

Restoran dalam hotel berperan sebagai sarana pelengkap dan penunjang operasional suatu hotel yang secara komersial memberikan pelayanan dengan baik dan dikelola secara profesional. Beberapa *outlet* pelayanan makanan dan minuman di hotel antara lain yaitu *room service*, *coffee shop*, *dining room*, dan *banquet*.

b. Restoran Luar Hotel

Restoran luar hotel merupakan sebuah sarana yang berdiri sendiri serta memiliki *self-management* tersendiri secara komersial dengan memberikan pelayanan makanan dan minuman terhadap publik dan dikelola secara profesional.

3. Sejarah Restoran

Sejarah restoran menurut (Abdi Patria Syafei Narim, 2011) berawal mula dari beratus tahun yang lalu di Mesir, dimana pada tahun 512 SM terdapat sebuah tempat makan yang menawarkan satu jenis makanan. Sejarah restoran juga ditandakan dengan kegiatan menyediakan makanan bagi pengusaha yang sibuk bekerja pada tahun 40 SM di sebuah kedai di Roman. Rumah makan yang dikenal dengan restoran baru pertama kali didirikan pada tahun 1765 di Paris oleh A. Boulanger dengan menu makanan berupa sup sayur. Di Inggris, restoran sudah mulai dikenal sejak abad ke-16 dengan mendirikan kedai makanan dan minuman serta penginapan dengan harga dan waktu yang sudah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya, restoran

semakin berkembang dimana pada tahun (1837), didirikan rumah makan bernama “Delmonico” di New York untuk pertama kalinya. Perkembangan restoran di Indonesia baru dapat dirasakan sejak tahun (1965) dimana restoran semakin banyak didirikan karena penghasilan per kapita masyarakat yang terus meningkat.

4. Jenis-Jenis Restoran

Berdasarkan pengelolaan dan sistem penyajian, restoran menurut (M. H. dan J. Gunawan, 2019) dapat diklasifikasikan menjadi beberapa tipe, yaitu:

a. Restoran Formal

Restoran formal merupakan suatu jasa pelayanan makanan dan minuman yang memberikan pelayanan yang eksklusif secara komersial dan profesional. Restoran ini terdiri dari beberapa tipe yaitu *super club*, *executive restaurant*, *gourmet*, dan *main dining room*.

b. Restoran Informal

Restoran informal merupakan suatu jasa pelayanan makanan dan minuman yang lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, praktis, dan percepatan frekuensi pelanggan. Restoran yang dikelola secara komersial ini terdiri dari beberapa tipe yaitu kafe, *cafeteria*, *fast food restaurant*, *coffee shop*, *bistro*, *family restaurant*, *pub*, dan lainnya.

c. Restoran Spesial

Restoran spesialis merupakan suatu jasa pelayanan makanan dan minuman yang secara komersial menyediakan makanan dan sistem penyajian khas dari suatu negara tertentu.

Sedangkan menurut (Marsum, 2005), klasifikasi restoran berdasarkan pengelolaan dan sistem penyajiannya dapat dibagi menjadi beberapa jenis antara lain:

a. *A'la Carte Restaurant.*

Restoran ini menjual banyak varian makanan yang sesuai dengan perizinan yang sudah disepakati dan tamu bebas memilih makanan sesuai dengan tarif dari makanan yang dipesan.

b. *Table D'hote Restaurant.*

Restoran ini menjual menu khusus mulai dari hidangan pembuka hingga penutup dengan harga yang telah ditentukan.

c. *Coffee Shop* atau *Brasseire.*

Restoran dalam hotel ini menggunakan sistem pelayanan *American service*, *ready-on-plate service*, atau prasmanan yang cepat dan menyediakan makanan mulai dari *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*.

d. Kafe

Restoran ini menjual menu utama berupa kue, roti isi, kopi, dan teh yang lengkap namun bebas dari minuman beralkohol.

e. *Canteen*

Restoran ini biasanya berada di dalam kantor, pabrik, atau sekolah sehingga pekerja dan pelajar bisa mendapatkan makan siang ataupun *coffee break*.

f. *Continental Restaurant*

Restoran ini menyediakan hidangan spesialisasi *continental* yang disediakan bagi tamu yang ingin makan secara santai dan rileks.

g. *Night Club/Super Club*

Restoran ini beroperasi menjelang larut malam dengan pelayanan mewah dimana tamu harus datang berpakaian resmi dan rapi.

h. *Pizzeria*

Restoran ini menjual makanan khas italia khususnya *pizza* dengan menu tambahan lain seperti *spaghetti*, dan makanan Italia lainnya.

i. *Pan Cake House*

Restoran ini menjual menu khusus berupa varian menu *pancake* dan *crepes* dengan berbagai pilihan *topping* dan isian.

j. *Pub*

Tempat ini dikenal sebagai tempat hiburan umum yang menjual minuman beralkohol untuk dinikmati bersamaan dengan *snack* pendamping.

k. *Snack Bar*

Restoran bersifat tidak resmi ini memiliki pelayanan cepat karena tamu sendiri yang mengambil makanan ke atas *tray* dan membawa nya ke meja.

l. *Family Restaurant*

Restoran ini menghadirkan makanan dan minuman bagi keluarga dengan harga yang telah ditentukan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan jenis usaha yang penulis laksanakan dalam studi kelayakan bisnis ini termasuk dalam kategori *pancake house* mengingat produk utama yang menjadi spesialisasi restoran

ini adalah berbagai varian *pancake* yang dipadukan dengan ayam goreng ataupun varian manis lainnya seperti *topping-topping* yang beragam.

5. Klasifikasi Layanan Restoran

Berikut merupakan klasifikasi layanan restoran menurut Marsum (2005:274):

a. *Table Service*

Table service merupakan salah satu jenis layanan restoran dimana makanan akan diantarkan dan disajikan kepada tamu yang duduk menghadap ke arah meja oleh *waiter* atau *waitress*.

Table service dikategorikan menjadi empat jenis pelayanan, yaitu:

1) *American Service*

Jenis layanan ini dilakukan dengan menata dan mengatur makanan yang sudah siap disajikan kepada tamu dari dapur dan kemudian disajikan dari sisi sebelah kiri tamu serta sebelah kanan untuk mengangkat piring kotor.

2) *English Service*

Jenis layanan ini memiliki beberapa kesamaan dengan jenis *family service* dimana tamu duduk bersama menikmati menu makanan yang sama mulai dari hidangan pembuka hingga penutup. Pramusaji akan menyajikan makanan kepada tamu sesuai urutan yaitu tuan rumah, tamu kehormatan, lalu tamu lainnya.

3) *French Service*

Jenis layanan restoran ini menggunakan kereta atau disebut dengan *gueridon* yang terdiri dari alat pemanas (*rechaud*) untuk menjaga makanan tetap panas. Jenis layanan dalam penyajiannya dilakukan oleh *captain (chef de rang)* serta dibantu oleh *waiter/waitress*.

4) *Russian Service*

Makanan yang disajikan oleh jenis layanan ini sudah dipersiapkan dari dapur dan disusun oleh *chef* di atas *silver platter* atau piring besar dari logam. Makanan disajikan dengan *service fork* dan *spoon* dan diletakkan di atas meja menggunakan piring sehingga dapat dipergunakan sesuai keinginan tamu.

b. *Counter service*

Sistem pelayanan restoran ini mengharuskan tamu untuk datang ke *counter* jika makanan dan minuman yang dipesan tamu sudah siap disajikan. *Counter* sendiri adalah sebuah meja panjang yang membatasi dua ruangan antara dapur dan restoran.

c. *Self-Service*

Self-service atau *buffet service* merupakan jenis layanan restoran yang disajikan secara lengkap mulai dari hidangan pembuka hingga penutup secara lengkap serta diatur di atas meja prasmanan.

d. *Carry Out Service*

Carry out service atau *take out service* merupakan jenis layanan restoran dimana makanan untuk tamu yang datang membeli akan disiapkan dan disajikan dalam kemasan kotak untuk dibawa pulang sehingga makanan tidak dinikmati di tempat.

6. *Pancake and Chicken*

Pancake merupakan menu sarapan berupa kue berbentuk bundar dan tipis yang disajikan hangat dengan pilihan saus dan aneka buah-buahan (Fridayani, 2020). Sejarah *pancake* dimulai sejak Zaman Batu dengan menggunakan tepung yang dibuat dari rumput panjang dan pakis yang kemudian dicampurkan dengan air. *Pancake* juga dikonsumsi sebagai menu diet sejak 5.300 tahun yang lalu. Masyarakat Yunani dan Romawi kuno mempunyai tradisi memakan *pancake* dengan madu sementara pada era Ratu Elizabeth I, *pancake* dikonsumsi dengan rempah-rempah, air mawar, anggur, dan apel. Jenis-jenis *pancake* menurut (Fadila Adelin, 2017) dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. *Fluffy Pancake* (Jepang)

Pancake bertekstur tebal dan lembut serta terbuat dari bahan utama seperti *buttermilk* dan putih telur.

b. *Dutch Baby Pancake* (Jerman)

Pancake dengan cita rasa gurih dan disajikan dengan tambahan buah beri, telur, *ham*, dan berbagai sayuran.

c. *Farinata* (Italia)

Pancake ini dibuat dengan oven dan disajikan seperti *pizza*.

d. *Dosas* (india)

Pancake ini memiliki tekstur *crispy* dan memiliki isian berupa nasi, telur, dan *chutney*.

e. *Ebelskivers* (Denmark)

Pancake ini berbentuk seperti donat mini dengan berbagai isian manis.

f. *American Pancake* (AS)

Pancake ini biasa diberi *topping* seperti sirup dan buah-buahan.

g. *Potato Pancake* (Polandia)

Pancake ini terbuat dari kentang dan disajikan dengan saus apel.

h. *Crepes* (Prancis)

Pancake ini memiliki tekstur tidak *crispy* dan tipis serta disajikan dengan berbagai *topping*.

i. *Pajeon* (Korea)

Pancake gurih ini terbuat dari bahan *seafood* seperti cumi-cumi dan udang.

j. *Blini* (Rusia)

Pancake ini tipis seperti *crepes* namun disajikan dengan menggunakan *caviar* atau telur ikan.

Salah satu komponen penting dari menu *pancake and chicken* ini adalah ayam goreng tepung dimana sejarah *fried chicken* dimulai di kawasan selatan Amerika Serikat pada abad ke-18. Pada awalnya, *fried chicken* tidak dikonsumsi setiap hari melainkan merupakan makanan yang sakral dan hanya dimasak untuk hari spesial. *Panclays Restaurant* menggunakan perpaduan *fluffy pancake* dan *American pancake* yang dipadukan dengan

beragam *topping* gurih dan manis. Adonan yang digunakan untuk resep *pancake* di restoran sangat beragam dimulai dari adonan *buttermilk*, *oatmeal*, dan banyak varian lainnya. Untuk pembuatan ayam goreng juga menggunakan resep khusus yang dinilai cocok dengan rasa *pancake* serta *topping* yang digunakan.

7. *Snack Bites*

Snack menurut (Kamus Webster ke-9, 1985) merupakan jenis makanan yang dikonsumsi di antara waktu makan utama. Sedangkan kata *bites* berdasarkan KBBI memiliki arti potongan, sesuap, ataupun tusukan. Berdasarkan uraian di atas, *snack bites* dapat diartikan sebagai suatu bentuk makanan ringan yang ukurannya lebih kecil dibanding makanan utama karena berbentuk potongan dan memiliki ukuran sesuap mulut.

8. Protokol Kesehatan Selama Pandemi *COVID-19*

Berikut merupakan beberapa kewajiban sesuai protokol kesehatan selama pandemi bagi restoran atau rumah makan menurut (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2021):

a. Bagi Pengusaha:

- 1) Mengatur sirkulasi dan membatasi waktu berkunjung.
- 2) Membatasi jumlah kapasitas pengunjung maksimal 40% dari kondisi normal.
- 3) Melarang masuk pengunjung dengan gejala pernapasan, seperti batuk, flu, sesak napas, dan suhu di atas 37,3 derajat *celsius*.

4) Mewajibkan pengunjung untuk mengenakan masker dan menjaga jarak antrian.

5) Membersihkan lokasi dengan disinfektan secara rutin.

b. Bagi Karyawan:

1) Karyawan wajib memiliki status negatif dari *COVID-19*.

2) Karyawan wajib mengenakan masker, *face shield*, dan sarung tangan.

3) Karyawan wajib memiliki suhu badan di bawah 37,3 derajat *celcius*.

9. Konsep Bisnis *Panclays Restaurant*

Panclays Restaurant merupakan restoran yang masuk ke dalam kategori *pancake house* atau restoran yang menawarkan berbagai pilihan *pancake* dengan berbagai macam pilihan *topping* dan *sauce* yang sangat bervariasi baik manis ataupun gurih. Restoran ini menggunakan jenis layanan *counter service* dimana konsumen mengambil sendiri menu yang sudah dipesan di *counter*. Jenis *pancake* yang ditawarkan adalah *fluffy pancake* yang berasal dari Jepang dan *American pancake* yang berasal dari Amerika dengan beberapa pilihan bahan sesuai keinginan konsumen serta pelengkap utama berupa ayam goreng tepung yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Demi memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan tren yang berkembang sekarang, restoran ini tidak hanya menyajikan berbagai macam menu yang sifatnya kekinian namun juga berbagai pilihan minuman pendamping yang disesuaikan dengan menu makanan yang dijual.

Panclays Restaurant memiliki menu berbentuk *A'la Carte* dimana konsumen bebas memilih varian makanan dan minuman dengan *topping*, *sauce*, dan pilihan yang diinginkan. Restoran ini memiliki tema *snack bites* yang memudahkan konsumen dalam menikmati semua produk yang ditawarkan karena ukuran dan penyajiannya yang sesuai untuk dikonsumsi sebagai makanan ringan atau *snack*. Desain restoran bernuansa minimalis dengan dominasi warna *beige* dan putih serta fasilitas restoran ini menyediakan kapasitas tempat duduk disesuaikan dengan protokol *social distancing*. Restoran hanya dapat memuat hingga 30 orang dengan tempat duduk untuk 2 hingga 4 orang serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti AC, *wi-fi*, pengisi daya, dispenser air, televisi, dan area parkir.