

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan salah satu industri yang berperan penting dalam pendapatan suatu negara. Menurut UNWTO (2021), pariwisata adalah fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan perpindahan seseorang ke destinasi wisata untuk tujuan pribadi maupun bisnis. Indonesia sendiri memiliki banyak sekali keindahan alam dan keanekaragaman budaya sehingga perlu diadakan peningkatan dalam sektor pariwisata. Dengan adanya peningkatan sektor pariwisata maka sebuah destinasi wisata dapat dikembangkan dengan baik dan menarik pengunjung untuk datang berwisata.

Industri pariwisata adalah salah satu industri terbesar karena didalamnya terdapat berbagai macam bidang industri seperti penyediaan akomodasi, makanan dan minuman, pertanian, transportasi, dan lainnya. Oleh karena itu, industri pariwisata kerap melakukan adaptasi akan perubahan yang ada sehingga industri pariwisata selalu mengikuti perkembangan zaman.

Perhotelan adalah salah satu industri pariwisata yang didalamnya menunjang segala kegiatan pariwisata yang ada. Tidak lepas dari itu, setiap perhotelan didalamnya menyediakan akomodasi penginapan, dan jasa makanan minuman.

Usaha dalam bidang jasa makanan dan minuman, merupakan salah satu usaha dalam industri pariwisata. Dalam menjalankan usaha jasa makanan dan minuman pemilik usaha harus menyediakan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan perlengkapan dan peralatan untuk proses pembuatan,

penyimpanan, dan penyajian kepada tamu. Terdapat beberapa jenis bidang usaha makanan dan minuman yaitu usaha restoran, rumah makan, kafe, bar, catering, *food court*, jasa minuman, dan lainnya.

Saat ini, seluruh dunia termasuk Indonesia sedang mengalami pandemi Covid-19, hal inilah yang menyebabkan dampak yang sangat besar terhadap semua sektor termasuk sektor pariwisata. Melemahnya industri pariwisata akibat pandemi menyebabkan industri pariwisata dalam bidang penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami penurunan yang sebelumnya sudah mengalami peningkatan.

Menurut Abdul Rochim (2021), pandemi telah mengubah pola konsumsi masyarakat untuk makan di restoran dan lebih banyak menggunakan jasa pengiriman *online*.

TABEL 1

Laju Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha (persen)

Lapangan Usaha	2018	2019	2020
Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	3,88	3,61	1,75
Industri Pengolahan	4,27	3,80	-2,93
Pengadaan Listrik dan Gas	5,47	4,04	-2,34
Transportasi dan Pergudangan	7,05	6,39	-15,04
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,68	5,79	-10,22
Jasa Keuangan dan Asuransi	4,17	6,61	3,25
Real Estat	3,48	5,76	2,32
Jasa Pendidikan	5,36	6,30	2,63
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	7,15	8,69	11,60
Jasa Lainnya	8,95	10,57	-4,10

Sumber: BPS (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Dapat dilihat laju pertumbuhan ekonomi yang menurun disemua sektor lapangan usaha kecuali jasa kesehatan dan kegiatan sosial pada tahun 2020 ini diakibatkan adanya pandemi Covid-19

di seluruh dunia termasuk Indonesia sehingga memengaruhi industri pariwisata. Laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam bidang penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami peningkatan dan penurunan. Pada tahun 2019 penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami peningkatan sebesar 5,79% sedangkan pada tahun 2020 penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami penurunan sebesar 10,22%.

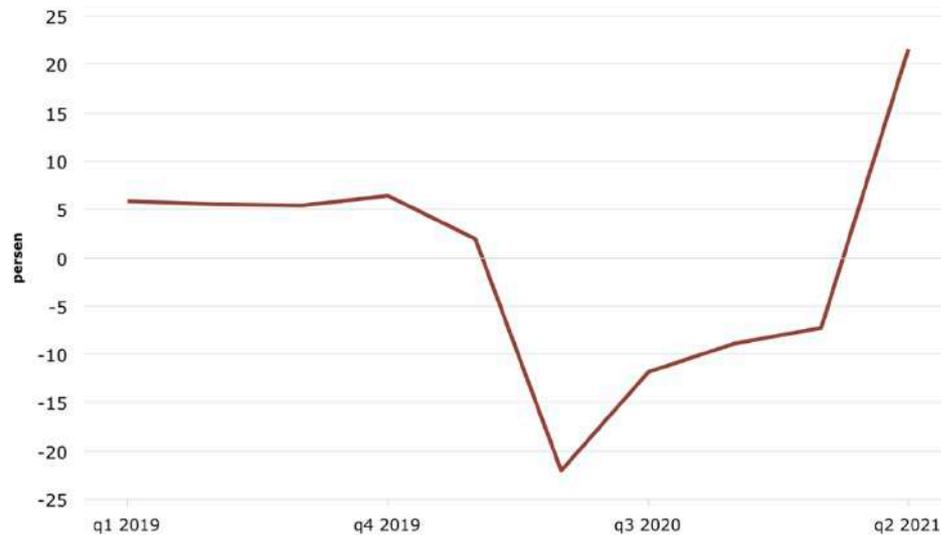
TABEL 2
Laju Pertumbuhan Ekonomi di Tangerang Selatan Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (Persen)

Lapangan Usaha	2018	2019	2020
Penyediaan Akomodasi	8,57	7,40	-32,26
Penyediaan Makan Minum	7,72	7,36	-5,48
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	7,73	7,36	-5,77

Sumber: (BPS, 2021)

Tabel 2, menunjukkan bahwa laju pertumbuhan Ekonomi menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum di Tangerang Selatan dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Dapat dilihat laju pertumbuhan ekonomi dalam penyediaan akomodasi mengalami penurunan sebesar 7,40% pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebesar -32,26%. Laju pertumbuhan ekonomi dalam penyediaan makan minum mengalami penurunan sebesar 7,36% pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebesar -5,48%. Sehingga total laju pertumbuhan ekonomi dalam di Tangerang Selatan menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami penurunan sebesar 7,36% pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan kembali sebesar -5,77%.

GAMBAR 1
Pertumbuhan PDB Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum
Secara Tahunan (TW I-2019 – TW II-2021)



Sumber: (BPS, 2021)

Gambar 1 menunjukkan bahwa pertumbuhan PDB dalam sektor penyediaan akomodasi dan makanan minuman pada kuartal 2 tahun 2021 mengalami pertumbuhan sebesar 21,58% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Perubahan positif ini tentu saja berpengaruh baik terhadap industri pariwisata karena masyarakat sudah mulai melakukan perjalanan wisata.

Menurut Lumintang (2020), penyediaan makanan dan minuman adalah salah satu subsektor yang penting bagi manusia, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia untuk bisa mendapatkan energi dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Restoran menjadi sasaran utama bagi manusia untuk mengonsumsi makanan dan minuman karena restoran menyajikan berbagai macam makanan dan minuman yang siap untuk disajikan.

Saat ini dunia sudah mulai berdamai dengan pandemi sehingga membuka usaha makanan dan minuman adalah salah satu pilihan yang tepat karena makanan dan minuman adalah kebutuhan pokok manusia. Dalam menjalankan

usaha makanan dan minuman pemilik usaha harus tetap berfikir kreatif dan selalu melakukan inovasi untuk bisa bertahan pada saat seperti ini dengan cara mengandalkan jasa *online delivery* melalui *platform* GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan TravelokaEats *delivery*.

TABEL 3
Jumlah Penduduk (Jiwa) Tangerang Selatan pada Tahun 2017-2019

Kecamatan	2017	2018	2019
Setu	86.783	89.925	92.890
Serpong	184.761	191.968	199.283
Pamulang	350.923	359.810	368.603
Ciputat	239.152	245.727	252.262
Ciputat Timur	211.003	215.186	219.261
Pondok Aren	392.284	405.316	418.420
Serpong Utara	179.993	188.476	197.187
Total Penduduk	1.644.899	1.696.308	1.747.906

Sumber: BPS (2020)

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 di kota Tangerang Selatan mengalami peningkatan jumlah penduduk. Pada tahun 2018 penduduk di kota Tangerang Selatan mengalami peningkatan sebesar 3,12% dan pada tahun 2019 penduduk di kota Tangerang Selatan mengalami peningkatan kembali sebesar 3,04%. Pembukaan usaha makanan dan minuman ini akan dibuka di wilayah kecamatan Serpong Utara dengan peningkatan jumlah penduduk pada tahun 2018 sebesar 4,71% dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan kembali sebesar 4,62%. Peningkatan jumlah penduduk di Serpong Utara, Tangerang Selatan ini tentu saja akan berpengaruh positif pada pembukaan usaha makanan dan minuman di daerah Alam Sutera, Tangerang Selatan.

TABEL 4
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan, 2016-2019

Kecamatan	2016	2017	2018	2019
Setu	...	3	4	...
Serpong	...	60	78	...
Pamulang	...	35	51	...
Ciputat	...	16	7	...
Ciputat Timur	...	3	24	...
Pondok Aren	...	35	102	...
Serpong Utara	...	50	48	...
Total Rumah Makan	...	202	314	...

Sumber: BPS (2021)

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah rumah makan/restoran di kota Tangerang Selatan pada tahun 2016 dan 2019 tidak tercatat oleh Badan Pusat Statistika. Dapat dilihat pada Tabel 3, jumlah rumah makan/restoran di Kota Tangerang mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebanyak 112 restoran. Jumlah rumah makan paling banyak terdapat di kecamatan Serpong sebanyak 60 restoran pada tahun 2017 dan di kecamatan Pondok Aren sebanyak 102 restoran pada tahun 2018. Jumlah rumah makan paling sedikit terdapat di kecamatan Setu dan Ciputat Timur sebanyak 3 restoran pada tahun 2017 dan di kecamatan Setu sebanyak 4 restoran pada tahun 2018.

Pembukaan usaha makanan dan minuman yang menyajikan makanan dari Asia ini memiliki cita rasa yang berbeda setiap negaranya namun memiliki ciri khas rasa makanan yang hampir serupa. Pada umumnya, makanan Asia di masak menggunakan rempah-rempah tradisional dengan cara pembuatan yang khas sehingga makanan Asia dapat dikatakan memiliki cita rasa makanan yang tidak jauh berbeda dengan lidah orang Indonesia sehingga orang Indoensia gemar sekali untuk mengonsumsi makanan dari Asia.

Restoran *Krusty Asian Bowl* adalah usaha yang akan bergerak dibidang *food and beverage* ini akan menyajikan menu-menu makanan yang berasal dari Asia Timur. Restoran yang akan berdiri pada masa pasca pandemi Covid-19 ini akan selalu berinovasi, memikirkan protokol kesehatan, dan menjaga rasa makanan agar memudahkan pelanggan dalam mengonsumsi makanan dari *Krusty Asian Bowl*.

Saat ini keberadaan suatu restoran ditemukan per negara seperti restoran China yaitu menyediakan khusus *Chinese food* seperti restoran Imperial Kitchen, Haidilao, dan lainnya, restoran Korea yaitu menyediakan khusus *Korean food* seperti restoran Mujigae, Chung Gi Wa, dan lainnya, restoran Jepang yaitu menyediakan khusus *Japanese food* seperti restoran Sushi Tei, HokBen, dan lainnya tetapi belum ada atau sangat jarang restoran yang menyediakan kombinasi dari beberapa negara. Oleh karena itu, restoran *Krusty Asian Bowl* akan menyediakan beberapa menu Asia Timur dari negara, China, Jepang, dan Korea Selatan. Dengan menggabungkan makanan dari beberapa negara, diharapkan Restoran *Krusty Asian Bowl* memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memilih makanan.

Selain itu, restoran *Krusty Asian Bowl* juga memberikan kepraktisan bagi pelanggan dalam mengonsumsi makanan karena makanan dari restoran *Krusty Asian Bowl* disajikan dalam bentuk *bowl* yang mudah dibawa dan dikonsumsi dimana saja oleh pelanggan.

Restoran *Krusty Asian Bowl* akan menerapkan sistem *online delivery* demi memudahkan pelanggan dalam membeli makanan dan membantu mencegah penyebaran rantai Covid-19. Restoran *Krusty Asian Bowl* juga

menerapkan sistem *dine in* dengan membatasi jumlah pengunjung yang akan makan ditempat. Diharapkan resotran Krusty *Asian Bowl* akan memberikan dampak yang positif bagi pelanggan dan dapat berkembang lebih baik lagi kedepannya.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis ini memiliki tujuan agar penulis dapat mengetahui dan menganalisis resotran Krusty *Asian Bowl* yang didirikannya sehingga penulis mampu bersaing dengan restoran sejenis dan mampu mengelola usaha *rice bowl* dengan baik dari berbagai aspek yang ada. Tujuan utama studi kelayakan restoran Krusty *Asian Bowl*, yaitu:

1. Menganalisis dan memastikan restoran Krusty *Asian Bowl* baik dalam aspek pasar dan pemasaran, aspek keuangan, aspek operasional, aspek organisasi dan SDM, aspek hukum, dan aspek lingkungan.
2. Menganalisis dan memastikan *strength, weakness, opportunity, and threat* (analisis SWOT) dan Porter's *five forces analysis* pada restoran Krusty *Asian Bowl* agar penulis dapat mengetahui restoran Krusty *Asian Bowl* layak dijalankan atau tidak sehingga adanya tindakan yang dilakukan penulis selanjutnya.
3. Menganalisis dan memastikan restoran Krusty *Asian Bowl* berjalan lancar sesuai dengan rencana bisnis yang sudah dibuat.
4. Memberikan kemudahan bagi pelanggan karena *rice bowl* menjadi salah satu pilihan pelanggan untuk membeli makanan baik dari segi menu maupun harga dan *rice bowl* sudah menjadi *trend* masa kini.

Sub Tujuan dari restoran *Krusty Asian Bowl* di daerah Alam Sutera, Tangerang Selatan, yaitu :

1. Mendatangkan lapangan kerja bagi orang diluar sana yang belum memiliki pekerjaan. Dengan membuka restoran *Krusty Asian Bowl* maka penulis dapat memberikan lapangan pekerjaan karena dibutuhkannya sumber daya manusia dalam melakukan operasional kerja.
2. Meningkatkan pendapatan perkapita di daerah Tangerang Selatan khususnya dalam bidang *food and beverage*.
3. Memaksimalkan minat pembeli terhadap kemudahan dalam pembelian *rice bowl*.

C. Metodologi

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 67), sumber data dapat diperoleh dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, tesis, konferensi, artikel yang belum dipublikasi, publikasi pemerintah, koran, internet, kuesioner, dan wawancara.

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal.127), data primer adalah

“Primary data collection methods involve data collection from original sources. for the specific purpose of the study the discussion on primary data collection methods is organized around four principal methods of primary data collection: interviews, observation, administering questionnaires and experiments.”

Menurut paparan diatas, data primer adalah salah satu metode pengumpulan data yang didapatkan dari sumber aslinya melalui empat metode koleksi data yaitu: interview, observasi, menyebarkan kuesioner, dan eksperimen.

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 143), kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data kuantitatif dalam jumlah banyak yang didalamnya berisikan beberapa pertanyaan yang dijawab oleh responden. Penyebaran kuesioner ini dapat dilakukan dengan cara menyebarkannya secara pribadi, mendistribusikan kuesioner melalui e-mail kepada responden, dan kuesioner elektronik dan online.

1) *Personaly Administered Questionnaires*

Metode penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden dan pada saat itu juga responden mengisi kuesioner yang sudah diberikan. Metode penyebaran kuesioner ini membutuhkan waktu yang lama dan banyak usaha yang dilakukan tetapi tidak banyak biaya yang perlu dikeluarkan.

2) *Mail Questionnaires*

Metode penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan cara mengirim email kepada responden. Metode ini dulunya banyak digunakan tetapi setelah munculnya internet, telepon selular, dan jaringan sosial metode penyebaran kuesioner via email menjadi ketinggalan jaman.

3) *Electronic and Online Questionnaires*

Metode penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan cara menyebarkannya di situs web, blog pribadi, dan jaringan sosial. Metode ini paling banyak digunakan karena sangat mudah dan cepat.

Survei *online* dapat melalui Survey Monkey, Qualtrics, Google Forms, dan Survey Planet.

Restoran Krusty *Asian Bowl* melakukan penelitian menggunakan sumber data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner secara *online*. Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 222), populasi merupakan sekumpulan kelompok yang menarik untuk diteliti oleh peneliti. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang tinggal di daerah Tangerang Selatan dengan menggunakan *simple random sampling*.

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 223), sampel adalah bagian dari populasi yang didalamnya terdiri dari beberapa orang yang terpilih. Metode *sampling* paling banyak digunakan karena sampel yang dihasilkan lebih tepat dan waktu pengumpulan data tidak memakan waktu yang lama.

Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana teknik ini memberikan peluang kepada setiap populasi untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode *probability sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* karena setiap populasi diberikan kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian.

Menurut Hair et al., (2017), dalam menentukan jumlah sampel, peneliti dapat menggunakan metode dimana jumlah indikator yang digunakan dikali dengan 5.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 204), skala *likert* digunakan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar setuju atau tidak setuju responden terhadap pertanyaan yang telah diberikan. Pengukuran menggunakan skala *likert*

terdapat enam poin (1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3=cenderung tidak setuju, 4=cenderung setuju, 5=setuju, 6=sangat setuju).

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 211), metode analisis data uji validitas adalah salah satu alat penguji untuk menguji validitas kuesioner. Kuesioner akan dianggap valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan kuesioner dianggap tidak valid bila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 273), metode analisis data uji reabilitas adalah salah satu alat penguji untuk mengukur stabilitas dan konsistensi dari kuesioner. Pengujian uji validitas menggunakan *cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* dikatakan reliabel bila nilai *cronbach's alpha* diatas 0,6 dan dikatakan tidak reliabel bila nilai *cronbach's alpha* dibawah 0,6.

1. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2020, hal. 49), data sekunder adalah

“Secondary data are data that have been collected by others for another purpose of the current study. Some secondary sources of data are statistical bulletins, government publications, published or unpublished information available from either within or outside organization, company website and the Internet.”

Menurut paparan diatas, data sekunder adalah salah satu metode pengumpulan data yang didapatkan dari sumber kedua melalui buletin statisitk, publikasi pemerintah, informasi yang sudah dipublikasikan atau yang tidak dipublikasikan baik dari dalam maupun diluar organisasi, situs web perusahaan dan internet.

Dalam studi kelayakan bisnis ini, peneliti menggunakan data sekunder yang dapat diperoleh dari buku referensi, situs resmi, Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Komunikasi dan Informatika, Kementerian Perindustrian

Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, dan sumber pendukung lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 6), restoran adalah tempat dimana makanan disiapkan dan dibeli oleh tamu. Menurut Nifati & Purwidiani (2017), restoran adalah salah satu tempat atau suatu bangunan yang dilakukan secara komersil dalam menyediakan jasa pelayanan kebutuhan makanan dan minuman bagi pelanggan.

2. Sejarah Restoran

Menurut Walker (2017, hal.6), pertama kali disebut sebagai “area makan publik” dan Paris adalah salah satu pelopor berdirinya restoran. Restoran ditemukan pada tahun 1782 oleh Beauvilliers dengan nama Grand Taverne de Londres. Restoran ini berfokus pada tamu yang duduk dimeja, disajikan secara individu, dan memilih makanan sesuai menu yang sudah disediakan. Pemilik restoran pertama yaitu A. Boulanger adalah seorang penjual sup yang membuka bisninsnya pada tahun 1765 di Paris ini menjual sup nya sepanjang malam dan diberi nama “*soups restorantes*” *Restorantes* adalah kata orisinil dari *restaurant*. Boulanger percaya bahwa sup yang ia jual dapat memberikan kesembuhan bagi orang yang sakit. Tetapi pada saat itu, hanya hotel yang bisa menyajikan makanan dan sup tidak termasuk dari kategori dari penyajian makanan itu sehingga Boulanger bertekad untuk melayangkan gugatan terhadap hotel *restaurateurs* dengan membuat sup dengan kaki domba dan saus putih (saus béchamel). Boulanger pun

memenangkan perkaranya di pengadilan Prancis dan segera membuka restorannya yang diberi nama Le Champ d'Oiseau.

Pada tahun 1782, The Grand Tavern de Londres, restoran yang sebenarnya dibuka di Rue de Richelieu. Tiga tahun kemudian dibukalah restoran Aux Trois Frères Provençaux di dekat Palais-Royal. Pada saat revolusi Prancis banyak koki yang tidak memiliki pekerjaan sehingga mereka membuka restorannya sendiri di Paris dan sebagian berpergian ke negara Eropa lainnya untuk membuka restoran.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 24-48), restoran dibagi menjadi beberapa klasifikasi, yaitu:

a. *Chain or Independent Restaurants*

Restoran *chain* adalah beberapa restoran yang dimiliki oleh perorangan atau sebuah perusahaan. Sedangkan restoran independen adalah restoran yang berdiri sendiri dan tidak termasuk dalam *chain* dan waralaba.

b. *Franchised Restaurants*

Restoran waralaba adalah membeli merk restoran dan membuka restoran sesuai dengan peraturan dan prosedur dari pemilik merk.

c. *Quick Service Restaurants*

Quick Service Restaurants atau bisa juga disebut sebagai *fast food restaurant* adalah restoran yang menawarkan jasa penyediaan makanan dengan waktu yang cepat.

d. *Fast-Casual Restaurants*

Fast-casual restaurants atau bisa disebut juga *quick casual restaurant* adalah restoran yang menawarkan jasa penyediaan makanan dengan waktu cepat dari bahan baku yang berkualitas dan dibuat sesuai dengan pesanan tamu. Restoran ini semakin banyak berkembang, selalu mengikuti jaman dan menyediakan sistem *take away* dan *dine in*.

e. *Family Restaurants*

Restoran keluarga adalah restoran yang memiliki target pasarnya yaitu keluarga. Restoran ini menyediakan menu yang beragam dari anak-anak sampai dengan dewasa, porsi banyak dan porsi sedikit.

f. *Casual Restaurants*

Restoran ini dinamai *casual* karena memiliki hidangan yang unik dan didukung dengan interior yang menarik dan *cozy* sehingga tamu merasa nyaman saat mengunjungi restoran.

g. *Fine-Dining Restaurants*

Restoran jenis ini memiliki konsep yaitu “restoran mahal”. Restoran ini bisa dibilang memiliki harga yang mahal karena jasa yang diberikan sangat memuaskan dan juga menu yang dihidangkan sangat mewah. Tamu yang mengunjungi restoran ini untuk merayakan sesuatu seperti ulang tahun dan hari jadi.

h. *Steakhouses*

Jenis restoran ini memiliki menu yang terbatas dan memiliki target pasar bagi tamu yang menyukai makanan *steak*. *Steak* dihidangkan dengan khasnya masing-masing namun perlu diketahui bahwa semua

steakhouse tidak berada di kelas yang sama. Salah satunya adalah daging yang dijual memiliki kelas yang berbeda-beda oleh setiap *steakhouses*.

i. *Seafood Restaurants*

Jenis restoran ini berfokus menjual makanan hidangan laut dan memiliki target pasar bagi tamu yang menyukai makanan hidangan laut. Konsep dan bentuk dari restoran ini bermacam-macam dan mengistimewakan hidangan makanan laut yang khas.

j. *Ethnic Restaurants*

Restoran ini adalah jenis restoran yang berfokus pada suatu etnis atau suku budaya seperti negara Jepang, Korea, China, Thailand, Italia. Restoran ini menyajikan makanan asli dari suku budayanya dan memiliki konsep dan desain interior yang mirip seperti etnis atau suku budaya asalnya.

k. *Theme Restaurants*

Jenis restoran ini adalah jenis restoran yang memiliki tema agar meningkatkan pengalaman tamu ketika mengunjungi restoran. Makanan yang disajikan memiliki tema unik dan memiliki khasnya masing-masing.

l. *Coffee Shops*

Coffee shop adalah bentuk restoran yang memiliki konsep sederhana karena hanya menyajikan kopi, teh, dan makanan ringan. *Coffe shops* dibuat nyaman dan semenarik mungkin karena memiliki target pasar tamu yang ingin mengerjakan tugas atau melakukan pekerjaan kantor di

coffee shop sehingga tamu nyaman dan memiliki keinginan untuk datang ke *coffee shop*.

m. *Centralized Home Delivery Restaurants*

Jenis restoran ini tidak memiliki bentuk fisik, hanya mengandalkan teknologi saja. Restoran ini menjual makanannya menggunakan teknologi yaitu media sosial. Mengantar makanan sampai ke rumah tamu. Jenis restoran ini sudah banyak sekali dilakukan karena tamu dapat menikmati hidangan restoran tanpa harus keluar dari rumah.

4. Klasifikasi Pelayanan

Menurut Brown (2015, hal. 135), jenis pelayanan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

a. *French Service*

Jenis pelayanan ini adalah makanan akan dibawa menggunakan troli menuju meja tamu yang akan kan dihidangkan, dimasak, dan disajikan kepada tamu secara langsung oleh pelayannya.

b. *Russian service*

Jenis pelayanan ini digunakan dalam restoran formal yang memiliki konsep mewah (*fine dining*) dengan teknik servis makanan ditata secara baik dari sisi *cutleries* nya dan menu yang dihidangkan dimulai dari *appetizer, soup, main course, dan dessert*.

c. *English Service*

Jenis pelayanan ini adalah pelayan membawa makanan yang dipesan tamu ke meja dan meletakkannya ditengah sehingga tamu dapat mengambil makanannya secara individu.

d. *American Service*

Jenis pelayanan ini adalah pelayanan yang dimana makanan tersebut sudah diporsikan terlebih dahulu di *kitchen* lalu dibawa oleh pelayan ke meja tamu.

e. *Family Service*

Jenis pelayanan ini adalah makanan disiapkan di dapur dan disajikan kepada tamu dalam porsi yang sudah ditentukan secara individual.

f. *Buffet Service*

Jenis pelayanan ini adalah beberapa menu makanan sudah disediakan di meja besar atau tempat yang sudah disediakan sehingga tamu dapat mengambil makanannya sendiri dan tamu kembali ke mejanya untuk menyantap makanan.

5. Klasifikasi Menu

Menurut Walker, (2017, hal. 115), menu dibagi menjadi beberapa klasifikasi, yaitu:

a. *À La Carte Menu*

Jenis menu ini adalah menu yang menawarkan hidangan makanan secara terpisah dan memiliki harga yang lebih mahal.

b. *Table d'hôte Menu*

Jenis menu ini adalah menu yang menyediakan paket. Menu paket ini tentu saja lebih terjangkau dan sudah termasuk *appetizer, soup, main course, dessert, dan beverages*.

c. *Du Jour Menu*

Jenis menu memiliki nama lain “*menu of the day*” ini menghadirkan makanan yang disajikan pada hari tertentu saja.

d. *Cyclical Menu*

Jenis menu ini biasanya digunakan oleh suatu institusi dalam satu periode tertentu normalnya 7,10,14 atau 28 hari.

e. *California Menu*

Jenis menu ini sesuai dengan namanya hanya ada di restoran California karena tamu dapat memesan makanan kapan saja sepanjang hari sesuai dengan yang ada menu.

f. *Tourist Menu*

Jenis menu ini dibuat untuk menarik perhatian turis yang berkunjung ke suatu negara atau daerah. Menu ini dibuat menarik agar turis mengerti isi dari menu tersebut.

6. *Pengertian Fusion Food*

Menurut Sarioglan, (2014), masakan *fusion* disebabkan adanya lintas budaya makanan yaitu teknik mencampurkan dan mengkombinasikan berbagai bahan makanan dari berbagai negara dan digabungkan diatas suatu piring dengan sengaja. Menurut Sulaiman (2015, hal. 30), masakan *fusion* adalah menggabungkan rempah-rempah secara khusus dari beberapa daerah lain sehingga menciptakan rasa baru yang unik dan berbeda. Menurut Wilujeng (2019, hal. 43), masakan *fusion* adalah makanan yang berasal dari kombinasi bumbu dan teknik pengolahan yang digabungkan secara sengaja

sehingga menghasilkan suatu citarasa baru dengan karakter masakan yang baru tanpa menghilangkan resep yang lama.

7. Sejarah *Fusion Food*

Menurut Helmstetler (2016), istilah masakan *fusion* relatif baru tetapi sudah ada sejak berabad-abad yang lalu. Masakan *fusion* adalah perpaduan dalam dunia kuliner untuk menciptakan suatu hidangan yang baru. Ketika budaya sudah mulai berkembang dan terjadinya lintas budaya, orang-orang berbagi bahan dan menggabungkannya dengan gaya masaknya sehingga terciptalah citarasa baru. Contoh klasik perpaduan awal dari *fusion food* ini adalah spageti Italia. Spageti Italia tidak akan pernah ada jika tidak ada resep mie dari China.

Setelah ditelusuri kembali pada tahun 1980-an, koki yang bernama Roy Yamaguchi dan Wolfgang Puck dengan sengaja menggabungkan rasa dari budaya yang berbeda. Puck menggabungkan ketertarikannya pada makanan citarasa Asia dengan citarasa Eropa sehingga menciptakan hidangan baru yang inovatif dan dengan cepat mendapatkan popularitas di seluruh Amerika Serikat.

8. Konsep Kelayakan Bisnis

Restoran Krusty *Asian Bowl* merupakan restoran yang menyediakan makanan *fusion* yang berasal dari Asia Timur. Makanan yang akan disajikan didalam *bowl* ini tentu saja akan memberikan kemudahan bagi tamu terutama bagi anak muda yang ingin praktis dalam mengonsumsi makanan. Berdasarkan dari tinjauan konseptual, restoran Krusty *Asian Bowl* merupakan jenis restoran yang menerapkan *fast-casual restaurants* karena

restoran jenis ini semakin banyak berkembang dan restoran *Krusty Asian Bowl* memberikan jasa penyediaan makanan dengan waktu yang cepat dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas. Selain itu juga restoran *Krusty Asian Bowl* menyediakan sistem *take away* dan *dine in*.

Jenis pelayanan yang diberikan restoran *Krusty Asian Bowl* kepada tamu adalah jenis pelayanan *American service* karena makanan tersebut sudah dipersiapkan terlebih dahulu di *kitchen* lalu dibawa oleh pelayan ke meja tamu. Restoran ini menawarkan menu makanan *fusion* Asia dari beberapa negara seperti China, Jepang, dan Korea yang akan disajikan di dalam *bowl* agar praktis dibawa oleh tamu sehingga memudahkan tamu dalam mengonsumsi makanan dari restoran *Krusty Asian Bowl*.

Menu yang akan disajikan adalah menu Jepang dengan Korea yaitu Nasi Gohan dari Jepang dengan *Korean Honey Garlic Chicken* dari Korea, Korea dengan China yaitu *Jumeokbap rice* dari Korea dengan ayam Kung Pao dari China, China dengan Jepang yaitu nasi goreng China dari China dengan *Chicken Katsu Toji* dari Jepang.

Restoran ini memiliki konsep ruangan sederhana dimana tidak memiliki ruangan yang banyak hanya ada khusus untuk *smoking area*, *non-smoking area* saja, dan *private dining room*.

Pada saat ini, restoran *Krusty Asian Bowl* akan selalu mengikuti peraturan dari pemerintah, yaitu menerapkan sistem *social distancing*, kapasitas tamu yang *dine in*, dan waktu makan di restoran. Oleh karena itu, restoran *Krusty Asian Bowl* akan melakukan sistem *online delivery food* melalui *platform* teknologi yang sudah disediakan.

Restoran Krusty *Asian Bowl* akan buka di Ruko Alam Sutera setiap hari dari hari senin hingga hari Minggu dan beroperasi sesuai dengan waktu yang diberikan oleh pemerintah.

