

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan awal

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi paling penting yang dibangun dan dikembangkan oleh pemerintah Indonesia. Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Industri pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dalam bidang pariwisata yang didukung melalui berbagai fasilitas dan juga layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha dan pemerintah daerah. Industri pariwisata bertujuan untuk membantu meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia (JDIH Kementerian BUMN).

Perkembangan industri pariwisata terbukti memberikan dampak positif bagi perekonomian negara dari tahun ke tahun. Industri Pariwisata merupakan salah satu penyumbang devisa negara terbesar dan mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan kerja (Kemenparekraf, 2019). Sayangnya, akibat COVID-19 terjadi penurunan signifikan pada wisatawan.

TABEL 1
PDRB DKI Jakarta berdasarkan Industri atas Dasar
Harga Berlaku (dalam Miliar Rupiah)

INDUSTRI	2016	2017	2018	2019	2020
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1.985	2.051	2.124	2.190	2.300
Pertambangan dan Penggalian	5.181	5.746	6.603	6.126	4.561
Industri Pengolahan	290.775	317.512	341.678	346.988	315.193
Pengadaan Listrik dan Gas	6.345	7.449	9.119	10.315	9.220
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	798	8.383	907	945	934

Sumber: Badan Pusat Statistik, PDRB Prov. DKI Jakarta 2016-2020 (2021, hal. 40)

TABEL 1
PDRB DKI Jakarta berdasarkan Industri atas Dasar
Harga Berlaku (dalam Miliar Rupiah)

Konstruksi	270.388	291.528	314.639	329.925	312.384
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	358.462	349.563	439.673	484.611	460.737
Transportasi dan Pergudangan	76.598	394.563	94.123	104.539	96.690
Penyediaan Akomodasi dan MakanMinum	108.895	85.669	123.876	134.980	116.267
Informasi dan Komunikasi	156.854	116.568	203.929	231.231	260.973
Jasa Keuangan dan Asuransi	228.374	180.742	268.501	297.565	312.370
Real Estat	133.854	145.709	156.224	167.212	174.917
Jasa Perusahaan	160.303	187.465	211.399	243.638	245.156
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	123.168	122.371	141.373	154.309	146.981
Jasa Pendidikan	120.598	124.037	132.905	140.519	145.307
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	36.606	39.926	44.091	48.101	58.739
Jasa Lainnya	79.870	91.545	101.433	113.559	109.643
Produk Domestik Regional Bruto	2.159.073	2.365.353	2.592.606	2.816.760	2.772.38

Sumber: Badan Pusat Statistik, PDRB Prov. DKI Jakarta 2016-2020 (2021, hal. 40)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari tahun 2016 hingga 2019 aktivitas PDRB Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum selalu meningkat secara stabil dari tahun ke tahun, namun di tahun 2020 menunjukkan penurunan yang signifikan dari tahun sebelumnya akibat pandemi COVID-19. Industri penyedia makanan dan minuman masih menjadi salah satu peluang usaha yang baik untuk dijalankan di tengah pandemi karena terdapat bantuan pihak ketiga untuk jasa antar makanan seperti GrabFood dan GoFood yang mempermudah pengantaran makanan kepada pelanggan meskipun dalam kondisi pandemi.

DKI Jakarta merupakan ibukota negara dan merupakan kota metropolitan terbesar di Indonesia. Kota metropolitan atau kota metropolis berarti perkotaan besar

yang penting dan terdiri dari beberapa kota administratif (kantor Bahasa Bengkulu, 2016). Beberapa contoh ciri-cirinya adalah konsentrasi penduduk tinggi serta banyak kegiatan industri perdagangan, perbankan, dan lainnya. DKI Jakarta terdiri dari beberapa kota administrasi, yakni: Kepulauan Seribu, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan populasi penduduk DKI Jakarta di tahun 2018 hingga 2020

TABEL 2
Populasi Penduduk DKI Jakarta Berdasarkan Wilayah Administrasi
(2018-2020)

Kota/Kabupaten	Jumlah Penduduk		
	2018	2019	2020
Kepulauan Seribu	28,289	29,008	29,100
Jakarta Selatan	2,296,977	2,345,029	2,354,203
Jakarta Timur	3,111,928	3,182,264	3,194,792
Jakarta Pusat	1,146,457	1,149,176	1,152,418
Jakarta Barat	2,486,074	2,537,889	2,547,837
Jakarta Utara	1,781,882	1,819,958	1,826,959
DKI Jakarta	10,851,607	11,063,324	11,105,309

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Populasi penduduk di DKI Jakarta terus mengalami kenaikan dalam 3 tahun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa DKI Jakarta memiliki potensi yang baik untuk mengembangkan usaha. Penulis akan memilih Jakarta Pusat untuk menjalankan bisnis karena Jakarta Pusat merupakan kawasan bisnis, pemerintahan dan hiburan. Sehingga secara infrastruktur, Jakarta Pusat memiliki banyak gedung perkantoran dan fasilitas umum lainnya. Meskipun Jakarta Pusat bukan wilayah administrasi dengan memiliki populasi tertinggi, layanan transportasi umum (transjakarta dan MRT) di DKI Jakarta dapat mempermudah mobilisasi masyarakat menjadi lebih mudah. Selain itu juga tersedia akses tol yang memadai. Tidak semua pekerja di Jakarta Pusat berdomisili di Jakarta Pusat juga, melainkan di kota administrasi

lainnya. Artinya, penduduk yang tidak berdomisili di Jakarta Pusat, namun bekerja di Jakarta Pusat termasuk ke pelanggan potensial Restoran Dahar Deli.

GAMBAR 1

Peta lokasi Jl. K.H Mas Mansyur, Sudirman Jakarta Pusat



Sumber: Peta Google (2021)

Restoran Dahar Deli akan didirikan di Jalan K.H Mas Mansyur yang terletak tidak jauh dari area Sudirman *Central Business District* (SCBD). Selain itu, Jalan K.H Mas Mansyur juga berada di sebelah area residensial yang bernama Sudirman Park. Lokasi ini juga memiliki banyak restoran dan kafe. Usaha yang akan dijalankan oleh penulis bertujuan untuk memperkenalkan produknya, yaitu makanan gizi seimbang dengan cita rasa khas Asia Tenggara.

Bidang penyediaan makanan dan minuman merupakan salah satu bagian Industri pariwisata yang masih menguntungkan saat ini. Hal ini disebabkan karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi agar bertahan hidup. Makanan sangat penting karena merupakan sumber energi dan nutrisi yang dibutuhkan supaya manusia menjadi sehat dan dapat beraktivitas (FAO, 2019). Seiring berjalannya waktu, para pelaku usaha makanan dan minuman mulai melakukan inovasi atas produk juga terus menerus meningkat dan bertambah unik

dengan rasa yang enak untuk dikonsumsi.

Ketika seseorang memiliki pola makan yang sehat dan teratur, risiko terjadinya berbagai penyakit dapat dicegah atau di minimalisir. Di sisi lain, apabila pola makan tidak dijaga atau diatur, terdapat beberapa akibat atau penyakit yang dapat timbul, contohnya antara lain:

1. Lelah dan tidak berenergi, gula darah rendah,
2. Gangguan pencernaan seperti maag, perut kram dan kembung, refluks asam lambung (GERD), iritasi usus, dan penyakit lambung lainnya
3. Perubahan pada hormon tubuh yang dapat berdampak pada sistem metabolisme tubuh dan gula darah
4. Gangguan makan atau *eating disorder*
5. Kenaikan berat badan secara drastis akibat gangguan ritme sirkadian (jam biologis tubuh) yang berhubungan dengan nafsu makan sehingga menyebabkan rasa lapar di waktu yang tidak seharusnya
6. Peningkatan gula darah dan kenaikan risiko terkena diabetes tipe 2 pada orang sehat
7. Risiko penyakit kardiovaskular, dst. (Wati, 2021)

Maka dari itu, menjadi pola makan yang sehat dan teratur sangatlah penting. Terutama dalam kondisi pandemi dimana masyarakat mulai khawatir dengan status kesehatannya. Sehingga banyak orang mulai untuk menerapkan budaya hidup sehat. Salah satu caranya adalah dengan memakan makanan yang memiliki gizi yang seimbang dan memenuhi syarat 4 sehat 5 sempurna dengan kandungan karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral. Makanan 4 sehat 5 sempurna meliputi makanan pokok, lauk pauk, sayur, buah dan disempurnakan dengan susu. (Solahuddin, 2021) Konsep ini telah diperkenalkan sejak tahun 1952 oleh Bapak Gizi Indonesia,

Profesor Poerwo Soedarmo dan dikampanyekan oleh pemerintah guna mengurangi dan mencegah anak-anak memiliki gizi buruk. Gizi buruk pada pola makan anak-anak juga dapat menyebabkan *stunting* atau pertumbuhan yang terhambat akibat kurang gizi.

Sekarang, prinsip 4 sehat 5 sempurna sudah dikembangkan dan diperbaharui menjadi Pedoman Gizi Seimbang (PGS) oleh Kementerian Kesehatan. Pedoman ini menekankan prinsip makanan sehat namun beragam, hidup aman dan bersih agar tidak terkena penyakit, dan aktif dengan berolahraga, pemantauan berat badan dengan indeks massa tubuh (IMT). Susu tidak lagi menjadi penyempurna namun menjadi bagian dari kelompok lauk pauk karena kandungan protein dan mineral yang hampir sama nilai gizinya. 4 sehat juga ditekankan mengenai porsi yang disebut sebagai isi piringku atau piring makananku. Dalam satu kali makan, makanan pokok atau karbohidrat memenuhi 1/3 piring, sayuran 1/3 piring, lauk pauk 1/6 piring dan buah-buahan 1/6 piring. Dalam satu hari minimal mengkonsumsi 2 liter air (Kemenkes, 2015). Selain mengenai porsi makanan, pedoman gizi seimbang juga terdapat panduan terkait dengan aktivitas berolahraga dan kebersihan. Sehingga di masa pandemi ini, pedoman gizi seimbang menjadi lebih relevan dan sangat penting.

Di tengah kesibukan yang terjadi masa kini, tidak jarang orang lebih memilih untuk mengkonsumsi makanan cepat saji dan makanan instan demi menghemat waktu. Untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dengan gizi yang seimbang juga menjadi sebuah tantangan akibat tidak sempat pergi berbelanja dan memasak. Akibat tuntutan pekerjaan, terkadang makan menjadi tidak tepat pada waktunya dan beberapa memilih untuk tidak makan sama sekali. Hal ini dapat ditemukan pada masyarakat di usia produktif seperti pelajar dan pekerja (17-35 tahun). Menurut

survei Jakarta *Professional Health Index* 2015 yang dilakukan oleh merek Brand's milik PT. Cerebos Indonesia, hanya 50% pekerja di Jakarta menerapkan hidup sehat. Hanya 54,6% pekerja sarapan secara rutin, 11,1% lainnya tidak pernah sarapan. 59,8% responden tidak bisa melaksanakan pola hidup sehat (olahraga dan makan teratur) karena tidak ada waktu. (Beritasatu, 2015)

Permintaan untuk bisnis penyedia makanan dan minuman seperti restoran atau café akan selalu ada selama manusia ada. Penulis memilih untuk memulai usaha berbentuk Restoran kasual. Dengan *entry barrier* menengah, dapat dikatakan cukup mudah untuk dimasuki, selain itu permintaan untuk restoran cukup tinggi (terutama bagi kaum pekerja). Selain itu, sejak pandemi, terdapat perubahan pada pola hidup masyarakat yang memulai untuk sadar akan kesehatan (Prawira, 2021). Hal ini merupakan peluang usaha yang baik. Penulis ingin membangun sebuah restoran yang terjangkau, bersih, dengan menu yang menarik dengan cita rasa khas Asia Tenggara.

Nama usaha yang ingin penulis kembangkan akan dinamakan sebagai “*Dahar Deli*”. Dahar berasal dari Bahasa Jawa yang memiliki arti “makan”. Sedangkan *Deli* berasal dari Bahasa Inggris “*delicatessen*” yang berarti makanan siap santap (*ready-to-eat*) atau toko yang menjual makanan siap santap. Secara etimologi, kata *delicatessen* diadopsi dari Bahasa Jerman “*delikatessen*” yang merupakan toko makanan yang menjual makanan berupa *cold cuts* (*cured meat and cheese*), dan makanan impor. Namun, ketika kata *delikatessen* dipakai di Amerika, definisi tersebut mulai berubah dan konsep *delicatessen* berubah menjadi toko yang menjual makanan cepat saji dengan ukuran toko yang kecil sehingga lebih banyak melayani *takeaway*. (femina,2012). Dengan nama ini, penulis berharap agar konsumen dapat ingat pentingnya makanan dalam kehidupan sehari-hari, meskipun dalam keadaan

sibuk tetap harus makan makanan yang bergizi seimbang dan menerapkan pola makan yang sehat.

Selain itu, pembangunan restoran ini merupakan bentuk dari kepedulian terhadap masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam mengatasi permasalahan makanan yang tidak memiliki gizi seimbang dan pola makan masyarakat yang tidak teratur.

B. Tujuan Studi Kelayakan

1. Aspek Mayor

Tujuan utama dari studi kelayakan ini terbagi dalam beberapa aspek sebagai berikut;

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menguji, menganalisis, mengenal pangsa pasar dan permintaan pasar, melihat apakah ada peluang pasar untuk produk yang akan diproduksi supaya dapat meningkatkan penjualan, menguasai pasar, serta mengurangi persaingan. Hal yang akan dibahas dalam aspek ini berupa faktor yang dapat mempengaruhi penjualan produk dan pasarnya, contohnya analisis PESTLE, SWOT Analysis, serta bauran pemasaran

b. Aspek Operasional

Menganalisis dan merancang serangkaian proses untuk mengubah sumber daya (*input*) menjadi barang/jasa (*output*) untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam rangka memperoleh laba. Aspek operasional meliputi kebutuhan produksi, proses produksi, kapasitas produksi, tanah, dst.

c. Aspek Organisasi dan SDM

Menggambarkan struktur organisasi secara fungsional dengan pembagian divisi atau bagian dalam perusahaan misalnya *marketing, production, finance, accounting, and administration* dan *human resource management*, dst. Setiap divisi terdiri dari beberapa orang yang dipimpin oleh manajer/kepala divisi. Struktur akan disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan

d. Aspek Keuangan

Penghitungan dan analisis semua hal yang berkaitan dengan keuangan untuk memutuskan apakah sebuah bisnis layak dijalankan dan dapat menghasilkan keuntungan serta risiko keuangan yang berkemungkinan terjadi. Di dalamnya meliputi penghitungan modal, biaya operasional, proyeksi keuangan, laba rugi, *return on investment*, dst.

2. Aspek Minor

Selain aspek utama, terdapat beberapa aspek diluar aspek studi kelayakan, antara lain;

- a. Menyajikan makanan yang bergizi dengan cita rasa khas Asia Tenggara
- b. Mengubah pola makan masyarakat yang tidak teratur dengan penjualan makanan siap santap (*ready-to-eat*)
- c. (Dalam kondisi pandemi) Mengurangi jumlah konsumen keluar rumah dengan layanan *delivery*
- d. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan untuk menyesuaikan kebutuhannya
- e. Menentukan strategi pemasaran untuk Restoran Dahar Deli bersaing dalam industri

C. Metodologi Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah menyelidiki permasalahan spesifik yang ditemukan didalam lingkungan kerja secara sistematis supaya dapat menemukan jawaban atau solusi dari permasalahan tersebut, kemudian mengimplementasikannya. Studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui apakah adanya pasar untuk produk yang dijual, Siapa saja yang menjadi calon konsumen dari produk, alasan untuk beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan produk, dst

1. Tipe Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan untuk studi kelayakan bisnis adalah penelitian secara campuran (*mix method*), menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kuantitatif akan menghasilkan data numerik skala dan grafik sedangkan kualitatif akan menambah pemahaman dari suatu penelitian mengenai tren, masalah ataupun fenomena sosial.

2. Populasi dan sampel

a. Menentukan populasi yang akan diteliti

Populasi merupakan batasan geografis dari objek yang akan diteliti agar tepat sasaran. Target populasi yang akan diteliti dalam studi kelayakan bisnis ini adalah penduduk di daerah DKI Jakarta, terutama yang berdomisili di Jakarta pusat dan sering beraktivitas di Jakarta pusat.

b. Menentukan sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang menjadi representatif dari populasi tersebut. Untuk studi kelayakan ini, sampel yang akan diteliti adalah laki-laki dan perempuan di usia 21 hingga 44 tahun berdomisili di daerah Jakarta Pusat dan sekitarnya.

c. *Sampling design*

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), terdapat dua metode sampling, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* berarti sampel tidak memiliki probabilitas terikat atau ditentukan sebelum sampel diambil. *Non-probability sampling* juga dapat dibagi menjadi *convenience sampling* dan *purposive sampling*. *Convenience sampling* berarti sampel yang dikumpulkan berdasarkan kemudahan untuk mendapatkan subjek penelitiannya, sedangkan *purposive sampling* menggunakan sampel yang dipilih oleh peneliti dengan kriteria yang ditentukan (Sekaran dan Bougie, 2016). Dalam studi kelayakan ini, penulis akan menggunakan metode *purposive sampling*.

3. Teknik pengumpulan data

a. Data primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, p. 143), data primer adalah

“data that the researcher gather’s firsthand for specific purpose of the study are called primary data”

Berarti data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti, kemudian data tersebut akan diolah untuk tujuan tertentu dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1) Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 142) Kuesioner adalah

“a preformulated set of questions to which respondents record

their answer, usually within a rather closely defined alternatives”

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan atau dirancang, kemudian disebar dan dijawab oleh responden dari populasi yang ditentukan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban yang jelas (informasi) sesuai dengan kondisi sesungguhnya yang nantinya akan diolah oleh peneliti.

Dalam kuesioner terdapat dua bagian, bagian pertama berisi demografi responden. Tujuannya agar peneliti dapat memilah target pasar dan informasi yang secara valid. Bagian kedua berisi bauran pemasaran 8P mengenai pendapat responden terhadap produk

2) Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 139), Observasi adalah:

“An obvious and appropriate technique to study actions and behavior”

Berdasarkan pernyataan tersebut, observasi merupakan metode pembelajaran perilaku. Observasi mencakup pengamatan, pencatatan, analisis, interpretasi perilaku, peristiwa, tindakan tertentu. Tujuannya untuk mengenal dan dapat mendalami mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Contoh observasi yang dapat dilakukan seperti pengamatan dan analisis kompetitor, tren yang terjadi di kalangan masyarakat saat ini, dan seterusnya.

b. Data sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 37), data sekunder

adalah:

“Secondary data are data that have been collected by others for another purpose”

Berdasarkan pernyataan tersebut, data sekunder merupakan data perolehan peneliti sebelumnya untuk tujuan lain yang bukan penelitian sekarang. Adapula beberapa contoh bentuk data sekunder yang dapat digunakan dalam penelitian sebagai berikut.

- 1.) Buku untuk mencari teori-teori berkaitan dengan penelitian
- 2.) Data publikasi pemerintah yang berisi data statistika mengenai topik tertentu, misalnya sensus penduduk, laju pertumbuhan industri, dan lainnya.
- 3.) Situs web atau internet seperti referensi, jurnal, artikel pendukung yang berkaitan dengan teori penelitian

D. Tinjauan Konseptual

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengenai Standar Usaha Restoran, restoran didefinisikan sebagai jenis usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan dan minuman, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk proses produksi, penyimpanan, dan seterusnya guna memperoleh keuntungan. Menurut Walker (2018 hal. 24) restoran dapat diklasifikasikan menjadi;

a. Chain Restaurant

Chain restaurant merupakan sekelompok restoran dalam naungan satu pemilik, biasanya dikenal oleh masyarakat luas oleh karena jumlah restoran yang banyak. Restoran seperti ini memiliki sistem operasional yang unik dan sulit untuk diubah.

b. *Independent Restaurant*

Restoran jenis ini bersifat mandiri sehingga dapat membuat keputusan sesuai keinginannya

c. *Franchised Restaurant*

Franchise merupakan pilihan yang ideal bagi seorang pengusaha yang memiliki modal namun tidak memiliki pengalaman dalam bidang restoran karena perusahaan pemilik *franchise* biasanya sudah memiliki sistem operasional yang ditentukan.

d. *Sandwich Shops*

Jenis restoran ini hanya khusus menjual *sandwich* dan lebih mudah secara operasional dibandingkan jenis restoran yang menggunakan layanan *Full Service*

e. *Quick Service Restaurant*

Lebih sering disebut sebagai restoran cepat saji atau *fast food restaurant* restoran jenis ini memiliki sistem dimana makanan harus dibayar sebelum disajikan dan menggunakan layanan *self service*

f. *Pop-Up Restaurant*

Restoran jenis ini hanya muncul selama beberapa saat saja Contohnya seperti Festival Kuliner Salah satu cara yang digunakan untuk mempromosikan restoran ini adalah melalui sosial media

g. *Food Trucks*

Food Truck merupakan pengembangan dari pedagang kaki lima atau *streetfood* di mana pemilik akan menggunakan mobil van atau truk yang dimodifikasi sebagai tempat produksi produk sekaligus sebagai sarana transportasi

h. *Fast-Casual Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan penggabungan dari restoran kasual dan dan

pelayanan cepat saji atau *quick service* umumnya restoran jenis ini memiliki dekorasi yang menarik dan nyaman serta menyajikan makanan yang unik

i. *Family Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan bentuk pengembangan dari Kedai Kopi dataran ini biasanya terletak di tempat yang mudah untuk dijangkau dan menawarkan menu yang bersifat informal dan layanan yang sederhana saja

j. *Casual Restaurant*

Restoran kasual biasanya memiliki dekorasi yang lebih simpel dan nyaman dengan menu makanan khas dan suasana yang santai

k. *Fine Dining Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan tipe restoran yang berfokus pada tipe hidangan yang disajikan serta servis yang diberikan. Seringkali bahan hidangan yang digunakan tergolong mahal dan didekorasi dengan interior dan perlengkapan mewah. Tipe pelanggan yang datang ke restoran *fine dining* adalah dengan tujuan merayakan hari spesial, pengalaman kuliner, atau mendiskusikan bisnis.

l. *Steakhouses*

Restoran jenis ini merupakan tipe restoran yang berfokus menjual potongan atau jenis daging. Selain itu pelanggan dapat memilih bagian daging, tingkat kematangan, saus ataupun makanan pendamping yang diinginkan.

m. *Seafood Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan tipe restoran yang berfokus menjual hidangan laut seperti ikan, udang, kepiting, kerang, cumi-cumi, dll. Selain itu, pelanggan juga dapat memilih cara masak yang diinginkan. Nilai yang ditonjolkan oleh tipe restoran ini adalah kualitas hidangan laut beserta rasanya.

n. *Ethnic Restaurant*

Ethnic Restaurant merupakan tipe restoran yang menonjolkan suatu budaya ataupun etnis tertentu. Seperti di Jakarta, banyak restoran etnis Asia seperti Jepang, Korea, Thailand. Menu yang dihidangkan, interior, gaya penyambutan dan layanan yang diberikan oleh masing-masing restoran juga berbeda.

o. *Theme Restaurant*

Restoran jenis ini akan menjadikan konsep atau tema tertentu sebagai daya tarik utama dan memprioritaskan desain restoran yang menekankan pada kesenangan serta hiburan.

p. *Coffee Shops*

Layak seperti namanya fokus utama *coffee shops* sendiri adalah menjual kopi. Setiap *coffee shops* memiliki teknik pembuatan kopi dan bahan yang berbeda. Tidak jarang juga restoran ini menyediakan menu non-kopi dan camilan untuk dihidangkan bersama kopi.

17. *Chef Owned Restaurant*

Chef-owned Restaurant merupakan restoran yang dimiliki oleh *chef*. Seringkali juga tipe restoran ini dimiliki oleh *chef* yang sudah dikenal sehingga lebih mudah untuk dipasarkan. Selain itu oleh karena pengalaman di dalam industri kuliner sudah dalam, seringkali *chef* juga berperan untuk menentukan menu, servis, *staff*, dan suasana restoran itu sendiri

18. *Centralized Home Delivery Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan tipe restoran yang fokus dengan pemesanan online atau aplikasi telepon genggam. Sering juga pengantaran makanan dilakukan oleh pihak restoran sendiri maupun lewat pihak ketiga. Contohnya seperti GoFood ataupun layanan *delivery fast food*.

Menurut Cousins, Lilicrap, dan Weekes (2016), terdapat 5 kategori layanan yang dapat ditawarkan oleh restoran yaitu:

a. *Table Service*

Table Service merupakan pelayanan yang seringkali ditemukan di restoran menengah ke atas dan menghadirkan berbagai jenis makanan. *Table service* dimulai dengan menyambut pelanggan, mengarahkan ke tempat duduk yang tersedia, menerima pesanan dan menyajikan makanan. Terdapat beberapa jenis *table service* yaitu;

1. *Russian Service*

Seringkali disebut dengan *European* atau *Continental Service* dimana seluruh makanan akan disiapkan terlebih dahulu dan ditata di piringan besar sebelum disajikan kepada pelanggan.

2. *American Service*

Seringkali ditemukan restoran yang memberikan pelayanan cepat dimana makanan akan ditata di dalam dapur di atas piringan tersendiri kemudian disajikan kepada pelanggan.

3. *English Service*

Restoran dengan pelayanan ini biasanya menyajikan makanan dalam piringan besar agar pelanggan dapat membagi porsi makanan sendiri.

English service juga dapat ditemukan pada acara privat.

4. *French Service*

Hidangan yang disajikan dipersiapkan dan ditata di dalam dapur dan *finishing* dilakukan di depan pelanggan dengan *Gueridon* (troli) oleh *chef de rang* yang berpengalaman. Pelayanan jenis ini bertujuan untuk memberikan sebuah pengalaman atau sekedar memberikan pertunjukan

kecil bagi pelanggan. Contoh yang sering ditemukan adalah *flambé*.

b. *Assisted service*

Pelayanan jenis ini merupakan gabungan antara *self-service* dan *Table Service*.

Sebagian menu disajikan dengan *table service* dan sebagiannya lagi akan dipajang pada meja yang panjang sehingga pelanggan dapat langsung memilih dan mengambil makanannya sendiri. Layanan ini dapat ditemukan pada acara *banquet* ataupun di hotel pada saat sarapan pagi

c. *Self-service*

Jika restoran menggunakan layanan *self-service* maka pengambilan makanan dan pembayaran akan dilakukan secara mandiri oleh pelanggan. Salah satu contoh tempat yang menerapkan layanan ini adalah kantin atau kafetaria

d. *Single Point Service*

Jika restoran menggunakan layanan seperti ini maka pelanggan akan memesan makanan, membayar dan menerima makanan yang pelanggan pesan di konter.

Layanan ini memiliki dua tipe yaitu *Quick Counter Service* dan *Traditional Counter Service*. Layanan *Quick Counter Service* berarti pelanggan melakukan pemesanan pada konter yang sudah ditentukan dan membayar di tempat yang sama. Pelanggan juga bebas untuk menentukan tempat duduk yang diinginkan dan mengambil pesannya sendiri ketika sudah siap. Sedangkan dengan

Traditional Counter Service, pelanggan dapat langsung memesan makanan atau minuman dan mengkonsumsinya langsung di konter untuk menghemat waktu. Makanan atau minuman juga seringkali dipersiapkan langsung di konter.

e. *Specialised service*

Penggunaan layanan ini berarti makanan akan diantar langsung ke tempat diaman pelanggan. Contohnya seperti *room service*, *delivery*, dan *lounge*

Di dalam sebuah restoran, menu berfungsi untuk menunjukkan semua produk makanan dan minuman yang restoran tawarkan kepada pelanggan (Walker 2018).

Berikut ini merupakan beberapa tipe dari menu restoran:

a. *À la Carte*

Merupakan menu yang ditarif secara individu per menu yang di pesan. Menu yang disajikan juga bervariasi mulai dari hidangan pembuka, menu utamahingga minuman.

b. *Table d'hote*

Merupakan susunan hidangan lengkap seperti pilihan hidangan pembuka, sup, menu utama dan pencuci mulut dengan harga paket yang sudah ditentukan.

c. *Du jour menu*

Jenis menu ini menawarkan hidangan pilihan yang ada pada hari tertentu saja, *du jour* memiliki arti *of the day* biasa menu jenis ini menggunakan bahan baku yang dengan kualitas yang terbaik menu ini biasanya muncul secara musiman tergantung dari bahan baku yang tersedia di pasar

d. *Cyclical menu*

Menu ini merupakan menu siklus yang diulang setiap beberapa hari biasanya menu jenis ini akan digunakan dalam institusi yang tersedia kantin karyawan

e. *California menu*

Menu ini memiliki nama California karena sebagian besar di negara bagian California, Amerika Serikat menggunakan menu jenis ini pelanggan dapat memesan hidangan makanan setiap saat dalam satu hari dan tersedia setiap jenis restoran untuk sarapan pagi makan siang makan malam dan juga *brunch*

f. *Tourist menu*

Menu ini ditunjukkan untuk turis sehingga menu dirancang untuk menarik

perhatian turis yang sedang dalam perjalanan jauh dari tempat asalnya kamu biasa restoran menawarkan makanan cita rasa khas daerah tempat asal turis

Dahar Deli merupakan sebuah restoran kasual dengan jenis pelayanan *Single Point Service*, spesifiknya *Quick Counter Service*. Menu dijual secara *À la Carte*. Restoran dirancang dengan layanan *Quick Counter Service* atau yang lebih dikenal sebagai konsep “*grab and go*” untuk meminimalisir jumlah pelanggan *dine in*. Terutama dalam kondisi pandemi agar tidak menyebabkan kluster penyebaran virus yang baru. Restoran fisiknya akan tetap menyediakan tempat duduk untuk pelanggan yang ingin makan di tempat namun hanya dalam jumlah yang terbatas.

Makanan yang dijual berupa makanan *ready-to-eat* (RTE) sehingga konsumen tidak perlu menghabiskan waktu menunggu makanannya dimasak terlebih dahulu. Menu makanan yang dijual berupa makanan khas Asia Tenggara dan dijual secara *A la Carte* dan dalam paket. Menu tersebut terdiri dari makanan pokok, lauk-pauk, sayuran, dan minuman serta *dessert* dengan bahan dasar susu atau buah buahan. Salah satu *selling point* Restoran Dahar Deli adalah konsep makanan gizi dengan citarasa khas Asia Tenggara. Meskipun konsep 4 sehat 5 sempurna telah diperbaharui menjadi pedoman gizi seimbang dan susu bukan lagi menjadi penyempurna gizi, Restoran Dahar Deli tetap menjual susu sapi murni yang sudah di pasteurisasi. Susu tersebut didatangkan langsung dari peternakan sapi di Bogor. Selain itu, terdapat “*dessert*” berbahan dasar susu dan buah yang lebih dinikmati oleh masyarakat dibandingkan susu asli.

Di sisi lain, menu sayur dan lauk daging dapat pelanggan beli secara terpisah untuk *takeaway* dan disimpan di kulkas (untuk jangka waktu tertentu) lalu menghangatkannya ketika ingin dikonsumsi. Dahar Deli juga menyediakan layanan

pemesanan makanan *online* seperti GrabFood dan GoFood untuk memesan makanan. Pelanggan dapat membeli produk dari penjual menggunakan aplikasi atau *website* yang tersedia.

