

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Di era modern ini, salah satu industri yang berkembang pesat di seluruh dunia adalah industri pariwisata. Menurut Walker (2019), Pariwisata adalah industri yang berkembang dinamis dan merupakan industri terbesar di dunia, dimana saat semua komponen yang saling terkait ditempatkan di bawah satu payung yaitu pariwisata, perjalanan, penginapan, konvensi, eksposisi, pertemuan, acara, restoran, dan manajemen acara, dan rekreasi. Pariwisata merupakan hal yang penting dalam industri jasa.

Walaupun industri pariwisata mengalami penurunan di seluruh dunia selama pandemi COVID-19, penulis yakin bahwa pariwisata dapat bertahan dan melewati masa sulit ini. Terlebih lagi kegiatan wisata sudah menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk memenuhi jiwa sosialisasinya. Setelah melewati hampir satu setengah tahun bersama pandemi ini, beberapa negara di dunia sudah mulai bangkit dari keterpurukan terutama di industri pariwisatanya. Beberapa negara seperti Dubai, Turki, dan negara-negara di Amerika maupun Eropa sudah kembali membuka negaranya untuk wisatawan.

Industri pariwisata dibagi lagi ke dalam beberapa bidang seperti bidang akomodasi, transportasi, dan juga kuliner. Produk yang dijual dalam bidang akomodasi adalah tempat penginapan seperti hotel, *resort*, *guest house*, motel, dan lainnya. Untuk bidang transportasi, produk yang dijual adalah kendaraan yang membawa seseorang dari satu tempat ke tempat

lainnya seperti pesawat, kereta api, mobil, bus, taksi, dan sebagainya. Kemudian, bidang kuliner yang menjual produk *food and beverage* menjadi bidang yang paling banyak diminati masyarakat karena bidang tersebut cukup mudah untuk dilakukan dan menggunakan modal yang tidak terlalu besar seperti dalam bidang akomodasi maupun transportasi.

Salah satu aplikasi dari bidang pariwisata *food and beverage* ini adalah restoran. Restoran adalah sebuah bangunan usaha penyedia jasa makan dan minum yang dikelola secara komersial dan dilengkapi dengan peralatan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian tanpa berpindah-pindah untuk mendapatkan keuntungan/laba. Restoran sendiri berasal dari kata “*restore*” dalam Bahasa Inggris yang memiliki arti “memulihkan atau memperbaiki”. Maksudnya adalah dengan adanya restoran bisa memulihkan kondisi seseorang yang awalnya kurang baik (lapar) ke kondisi yang lebih baik (kenyang).

Menurut Walker (2019), restoran berperan penting dalam gaya hidup masyarakat saat ini. Selain itu, mengambil keputusan untuk mengunjungi restoran juga sudah menjadi bagian dari aktivitas sosial masyarakat.

TABEL 1
Perkembangan Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman
berupa Restoran Berskala Menengah dan Besar
Tahun 2018-2021 di Indonesia

Tahun	Jumlah Usaha	Rata-Rata Pendapatan Perusahaan (Juta Rupiah)
2018	11.001	5.585
2019	13.867	6.954
2020	14.230	7.132
2021	15.647	7.875

Sumber: (Kemenparekraf, 2021)

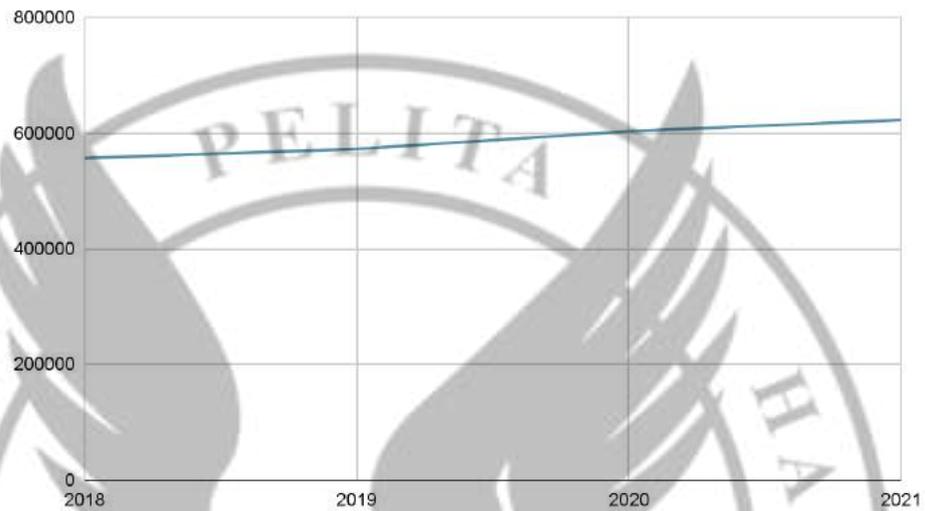
Dari Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa perkembangan usaha dalam bidang makanan dan minuman yaitu restoran di Indonesia terus mengalami peningkatan sejak tahun 2018 hingga 2021. Dapat dilihat juga bahwa selama pandemic COVID-19, perkembangan restoran di Indonesia terus meningkat. Hal ini membuktikan bahwa usaha restoran tidak akan matinya dan terus memiliki peluang bisnis dalam perekonomian Indonesia.

Pada dasarnya, makanan dan minuman (pangan) merupakan kebutuhan utama bagi manusia. Namun selain menjadi kebutuhan utama, kebutuhan makanan dan minuman saat ini sudah menjadi suatu gaya hidup masyarakat atau yang disebut juga dengan istilah *lifestyle*. *Lifestyle* atau gaya hidup merupakan integrasi dari nilai, sikap, aktivitas, dan metode konsumsi suatu individu (Kahle, 2019).

Selain itu, menurut Barrows (2012), terdapat beberapa alasan seseorang memilih untuk makan dan minum di luar rumahnya seperti mencari tempat untuk bersosialisasi, menghindari pekerjaan, untuk memperoleh pelayanan dari sebuah restoran, ingin menghilangkan

kejenuhan, ingin mengonsumsi makanan yang berbeda dari kesehariannya, dan lebih praktis.

GAMBAR 1
Rata-rata Pengeluaran Per Kapita
Menurut Kelompok Barang Makanan (Rupiah)



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021d)

Gambar 1 di atas menjelaskan bahwa pengeluaran per kapita masyarakat Indonesia untuk kelompok barang makanan cenderung meningkat dari tahun ke tahun selama empat tahun terakhir dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Berdasarkan hal ini, restoran menjadi sebuah pilihan bisnis yang terus berkembang dan memiliki peluang besar meski di situasi pandemi COVID-19 ini.

Di era modern ini, banyak sekali wisatawan muda yang melakukan wisata kuliner di setiap daerah yang dikunjungi. Restoran yang menyajikan makanan dan desain yang unik, akan sangat ramai dikunjungi oleh wisatawan. Bahkan sekarang ini, tujuan utama wisatawan melakukan perjalanan wisatanya adalah untuk menikmati kuliner daerah setempat.

Mereka sangat tertarik dengan tempat makan/minum yang memiliki desain tempat unik maupun menjual produk yang baru serta inovatif. Hal itu membuat peluang bisnis di bidang *food and beverage* ini sangat diminati oleh anak zaman muda sekarang ini karena bisnis ini cukup mudah untuk dilakukan dan persiapannya yang tidak terlalu sulit.

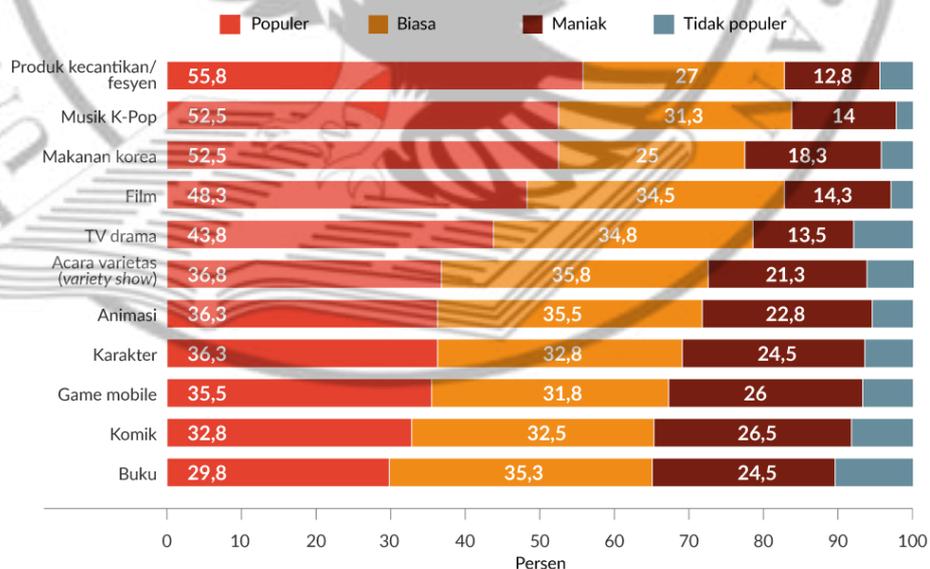
Bidang *food and beverage* ini dipercaya tidak akan mati karena sebagai manusia kebutuhan utamanya adalah makanan dan minuman. Manusia akan terus membutuhkan makan dan minum untuk bertahan hidup. Walaupun selama pandemi, banyak masyarakat yang menjadi jarang pergi keluar untuk makan di restoran, namun masyarakat dapat memesan makanan di restoran dan diantar ke rumah. Layanan pesan antar menjadi pilihan utama ditengah pandemi ini. Dengan adanya layanan pesan antar, restoran tetap bisa menghasilkan pendapatan di situasi seperti sekarang ini.

Menurut Yakob (2021) dalam Kompas.com, salah satu perusahaan di Indonesia yang menyediakan layanan pesan antar makanan dan minuman adalah Gojek. Gojek memiliki aplikasi yang bisa digunakan di telepon genggam seluruh masyarakat Indonesia. Salah satu fiturnya adalah layanan GoFood. Di tahun 2020, pendapatan yang dihasilkan GoFood melesat 20 kali lipat dari empat tahun sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa bidang *food and beverage* tidak mati walaupun pandemi sedang berlangsung. Layanan pesan antar makanan seperti GoFood berhasil meraih pencapaian yang luar biasa selama pandemi COVID-19 berlangsung di Indonesia.

Pengaruh budaya asing yang masuk ke Indonesia membuat munculnya berbagai gaya hidup baru dengan campuran berbagai budaya asing dari berbagai negara. Salah satunya adalah pengaruh budaya dari Amerika, Eropa, dan sekarang ini yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah budaya Korea atau yang disebut sebagai *Korean Wave*.

Menurut Nisry (2016), demam budaya Korea telah melanda Indonesia dan biasanya disebut dengan “*Korean Wave*” dimana globalisasi budaya pop Korea ini telah berhasil mempengaruhi gaya hidup masyarakat dunia terutama masyarakat Indonesia. Budaya Korea mempengaruhi budaya Indonesia melalui berbagai produk seperti lagu, drama, *fashion*, *film*, kosmetik, restoran, dan masih banyak lagi.

GAMBAR 2
Popularitas Konten Korea di Indonesia
Tahun 2017



Sumber: Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata, Badan Promosi Kebudayaan Internasional Korea Research Factory Co., Ltd. Oleh Beritagar.id

Sumber: (Lokadata, 2019)

Gambar 2 di atas merupakan hasil wawancara yang dilakukan kepada 400 responden di Indonesia. Wawancara ini dilakukan kepada responden yang sudah pernah menikmati konten Korea. Wawancara ini dilakukan pada tahun 2017 oleh Badan Promosi Kebudayaan Internasional Korea, Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata yang melakukan penelitian mengenai “*Study on Ripple Effects of Hallyu*” di 16 negara termasuk Indonesia. Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa tiga konten Korea yang paling populer di Indonesia adalah produk kecantikan, makanan Korea, dan musik pop Korea. Sebanyak lebih dari 50 persen responden menyatakan bahwa ketiganya merupakan konten Korea yang paling populer. Produk kecantikan berada di posisi pertama dengan 55,8 persen, musik pop Korea di posisi kedua dengan 52,5 persen, dan makanan Korea di posisi ketiga dengan 52,5 persen. Data tersebut menyatakan bahwa musik pop Korea serta makanan Korea sangat berpengaruh dan diminati oleh masyarakat Indonesia.

Menurut Anita (2020) dalam IDN Times, budaya pop Korea sangat identik dengan *boygroup* maupun *girlgroup* yang biasanya disebut sebagai *KPOP idol*. *Boygroup* Korea yang sangat mempengaruhi negara Indonesia adalah BTS dan NCT. Menurut Maulana (2020) dalam IDN Times, *girlgroup* yang sekarang ini paling populer di Indonesia adalah Blackpink dan Twice. Hal ini dibuktikan dimana BTS memiliki jumlah pengikut terbanyak di Instagram untuk *boygroup* Korea sebanyak 59,3 juta dan kedua terbanyak adalah NCT sebanyak 13,4 juta. Untuk *girlgroup*, pengikut

terbanyak di Instagram adalah Blackpink sebanyak 45 juta dan kedua terbanyak adalah Twice sebanyak 23,3 juta.

Dilihat 10 tahun yang lalu, restoran dengan tema Korea masih sangat sulit untuk ditemui, bahkan hampir tidak ada. Namun semuanya mulai berubah seiring berkembangnya zaman dan pengaruh budaya Korea di Indonesia yang semakin merajalela di mana restoran Korea sudah sangat mudah ditemui terutama di Jakarta. Hampir di setiap wilayah Jakarta terdapat restoran Korea.

Menurut Steinberg (2012), restoran Korea merupakan restoran yang menyajikan makanan ataupun minuman khas Korea. Masakan Korea sudah dinikmati hampir di seluruh dunia dengan keunikan dan keberagaman cita rasa yang diberikan. Masakan Korea sendiri memiliki cita rasa yang kompleks dan berhubungan dengan budaya Korea. Beberapa hidangan masakan Korea yang terkenal adalah *kimchi* yang memiliki rasa khas pedas, manis, dan asam. Selain itu, terdapat BBQ Korea yang sangat populer di kalangan anak muda di Korea bahkan di seluruh dunia termasuk Indonesia. Hidangan terkenal lainnya adalah *bibimbap* yang merupakan hidangan nasi gulung yang berisikan sayuran ataupun daging yang menyerupai *sushi*.

TABEL 2
 Sepuluh Besar Restoran Korea Terbaik di Jakarta
 Menurut TripAdvisor Tahun 2021

No.	Nama	Lokasi
1	Aged + Butchered	Jakarta Selatan
2	The Grill	Jakarta Pusat
3	Legend of Noodle	Jakarta Selatan
4	Born Ga	Jakarta Selatan
5	Illua Korean BBQ Restaurant & Coffee	Jakarta Pusat
6	Gahyo	Jakarta Selatan
7	Mujigae	Jakarta Utara
8	Samwon Garden Indonesia	Jakarta Selatan
9	Chung Giwa	Jakarta Selatan
10	Mapogalmaegi Magal BBQ Resto	Jakarta Utara

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Dari Tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa restoran Korea terbaik yang ada di Jakarta mayoritas terletak di wilayah Jakarta Selatan. Padahal selain daerah Jakarta Selatan, Jakarta Utara juga memiliki peluang besar untuk mendirikan bisnis restoran Korea. Hal ini bisa dilihat juga dari mayoritas masyarakat di wilayah Jakarta Utara terutama di daerah Pantai Indah Kapuk adalah masyarakat ras Tionghoa dimana memiliki ketertarikan lebih dengan budaya yang mirip dengannya yaitu budaya Korea.

TABEL 3
Lima Restoran Korea di Jakarta yang Bertahan di Pasar
dalam Lima Tahun Sejak Dibuka

No	Nama Restoran	Lokasi
1	Born Ga	Jakarta Selatan
2	Gahyo	Jakarta Selatan
3	Myeong Ga	Jakarta Selatan
4	Yoogane	Jakarta Selatan
5	Chung Gi Wa	Jakarta Selatan

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan Tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa sebuah restoran dapat bertahan dan terus diminati oleh masyarakat karena memiliki daya tariknya sendiri di mana restoran tersebut memiliki konsep dan tema yang unik. Selain itu, cita rasa yang konsisten serta budaya asing yang jarang bisa ditemui membuat masyarakat lebih tertarik lagi untuk terus mengunjungi suatu restoran. Menurut Sahban (2016), pelanggan memilih suatu restoran berdasarkan makanan, pelayanan, suasana, lokasi, dan tema yang disajikan.

Melihat perkembangan dan kelayakan bisnis restoran Korea di Indonesia terutama di Jakarta yang dapat bertahan lama karena konsisten dalam menyajikan makanan dan pelayanan yang unik serta menarik merupakan salah satu faktor yang penting untuk menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu, penulis akan membuat restoran Korea dengan memiliki konsep pop Korea di daerah Jakarta Utara yaitu di Golf Island, Pantai Indah Kapuk.

TABEL 4
Daftar Restoran Korea beserta Klasifikasi Menurut Jenisnya
di Golf Island Jakarta Utara
Tahun 2021

No	Nama	Jenis
1	Chir Chir	<i>Quick Service</i>
2	Magal Korean BBQ	<i>Family Dining</i>
3	Seorae	<i>Family Dining</i>
4	Ssikkek Express	<i>Family Dining</i>
5	Seo Seo Galbi	<i>Family Dining</i>
6	Born Ga	<i>Family Dining</i>
7	Korbeq Restaurant	<i>Family Dining</i>
8	It's Chimaek Time	<i>Quick Service</i>
9	Flaming Mr Pig	<i>Family Dining</i>
10	Chung Gi Wa	<i>Family Dining</i>
11	Masizzim	<i>Casual Dining</i>
12	Manse Korean Grill	<i>Casual Dining</i>
13	Goobne Chicken	<i>Quick Service</i>
14	SGD The Old Tofu House	<i>Casual Dining</i>
15	Kyochon	<i>Quick Service</i>
16	Kkuldak	<i>Quick Service</i>

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Menurut Zomato (2021), terdapat sebanyak 426 restoran dengan rata-rata pengunjung harian di kawasan tersebut sebanyak 8.780 pengunjung. Menurut FoodieRate (2021), terdapat sebanyak 62 restoran di Ruko Golf Island dimana sebanyak 16 restoran diantaranya merupakan restoran Korea. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa restoran Korea cukup mendominasi kawasan Golf Island.

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat dilihat dari klasifikasi jenis restorannya, belum ada restoran Korea yang mengusung tema dan konsep yang unik. Restoran yang ada didominasi dengan jenis *family dining*, *casual dining*, dan *quick service*. Belum tersedianya restoran Korea dengan konsep yang bertemakan *KPOP* di Pantai Indah Kapuk menjadi dasar dan latar belakang penulis mendirikan restoran Korea dengan konsep dan tema pop Korea.

Lokasi Golf Island, Pantai Indah Kapuk merupakan lokasi yang sekarang ini sangat populer dikalangan masyarakat Jakarta serta memiliki letak yang strategis dan mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Lokasi ini berada dekat dengan Muara Karang, Pluit, Kapuk, Cengkareng, dan Bandengan. Selain itu, lokasi ini juga mudah diakses dari Bandara Internasional Soekarno Hatta melalui jalan tol langsung. Lokasi ini juga memiliki akses dengan Tol Dalam Kota, Tol Lingkar Luar Barat, dan Tol Sedyatmo untuk ke bandara.

TABEL 5
Jumlah Rumah Makan/Restoran di Jakarta Utara
Menurut Kecamatan Tahun 2019-2021

Kecamatan	Jumlah Rumah Makan/ Restoran Menurut Kecamatan		
	2019	2020	2021
Penjaringan	204	784	1.077
Pademangan	74	231	331
Tanjung Priok	40	175	216
Koja	7	43	51
Kelapa Gading	280	439	497
Cilincing	2	19	23
Jakarta Utara	607	1.691	2.195

Sumber: Badan Pusat Statistik Jakarta Utara (2020)

Dari Tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa jumlah rumah makan/restoran di Jakarta Utara mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2021. Peningkatan yang terjadi juga signifikan yaitu dari 607 restoran menjadi 2.495 restoran. Pertumbuhan rumah makan/restoran paling besar terjadi di Kecamatan Penjaringan dimana mengalami kenaikan sebanyak 873 restoran. Hal ini mendukung penulis untuk membuka restoran di Pantai Indah Kapuk yang berada di Kecamatan Penjaringan dimana terlihat bahwa pertumbuhan restoran di daerah tersebut sangat tinggi dan memberikan peluang yang cukup besar karena minat pelanggan yang cukup banyak di daerah itu.

Lokasi yang dipilih adalah Ruko Beach Boulevard, Golf Island yang terletak di Jalan Ruko Beach Boulevard, Golf Island, Pantai Indah Kapuk, Jakarta, 14460. Infrastruktur Golf Island, Pantai Indah Kapuk dikelola oleh

PT. Kapuk Niaga Indah yang merupakan anak perusahaan dari PT. Agung Sedayu Group.

GAMBAR 3
Peta Lokasi Ruko Beach Boulevard, Golf Island



Sumber: (Peta Google, 2021)

Berdasarkan Gambar 3 di atas, dapat dilihat bahwa Ruko Beach Boulevard berada dekat dengan pusat hiburan Pantai Indah Kapuk seperti San Antonio Beach, perumahan mewah seperti Kompleks Mediterania dan Mozart, pusat belanja seperti Kem Chicks dan PIK Avenue Mall, dan hotel seperti Swissôtel dan Mercure. Lokasi yang strategis dan berdekatan dengan hotel besar serta bandara meningkatkan kemungkinan pelanggan yang berasal dari luar kota maupun luar negeri untuk berkunjung ke BibienT Restaurant. Selain itu, lokasi yang berdekatan dengan pusat belanja dan perumahan mewah membuat lingkungan ini menjadi sangat ramai dikunjungi karena perilaku masyarakat di Pantai Indah Kapuk yang cenderung konsumtif sehingga meningkatkan peluang mendapatkan pelanggan yang lebih mudah.

Penulis memilih nama BibienT Restaurant sebagai restoran Korea dengan tema *KPOP* yang akan didirikan. BibienT sendiri diambil dari huruf pertama setiap grup yang dijadikan tema restoran ini yaitu BTS, Blackpink, NCT, dan Twice. Jika diambil setiap huruf pertamanya menjadi “BBNT” sehingga penulis menggunakan pengucapan huruf tersebut sebagai nama restoran ini. Selain itu, BibienT juga merupakan singkatan dari “Be Best in Everything” dimana penulis memiliki motto untuk selalu memberikan yang terbaik dalam segala aspek operasional kepada pelanggan sehingga pelanggan dapat merasakan dan mendapatkan pengalaman makan dan minum tak terlupakan di BibienT Restaurant. Walaupun merupakan restoran baru dan harus memulai bisnis dari nol, penulis akan terus berusaha keras untuk dapat mencapai tujuan dengan selalu memberikan pelayanan dan produk terbaik kepada pelanggan. BibienT pun dipilih penulis juga karena memiliki pelafalan yang unik dan mudah diingat.

Penulis berharap restoran ini bisa menjadi restoran besar kedepannya dan dikenal banyak orang. Restoran ini akan menggunakan konsep dengan tema *KPOP*. Selain itu, restoran ini akan memiliki desain dengan membuat *section* dari empat grup yang populer dikalangan masyarakat Indonesia yaitu BTS, NCT, Blackpink, dan Twice sehingga para penggemar musik pop Korea dapat berkumpul bersama menikmati makan bersama penggemar lainnya. Setiap *section* akan didesain dengan poster dan *merchandise* grup masing-masing dengan warna dinding disesuaikan dengan warna identik setiap grup seperti BTS dengan warna ungu, NCT dengan warna *pearl neo champagne*, Blackpink dengan warna pink dan

hitam, dan Twice dengan warna *apricot* dan *neon magenta*. Restoran ini akan menyajikan makanan khas Korea dari *snack*, *main course*, *dessert*, dan *beverage*. Selain itu, BibienT Restaurant juga akan menyediakan area menari yang dilengkapi dengan cermin untuk kegiatan yang akan dilaksanakan dua kali dalam sebulan dimana para pelanggan yang datang untuk makan ataupun minum berkesempatan untuk bersama-sama mempelajari tarian dari lagu-lagu BTS, NCT, Blackpink, dan Twice. Kemudian, untuk desain dan dekorasi restoran ini akan menggunakan desain bergaya *Retro* yang akan didominasi dengan warna ungu dan untuk seragam para karyawan adalah model *Hanbok* modern yang merupakan pakaian tradisional Korea.

Oleh karena tingginya popularitas makanan Korea dan pecinta *KPOP* seperti BTS, NCT, Blackpink, dan Twice di Indonesia, membuat orang-orang tertarik dengan restoran Korea yang menggunakan dekorasi bertemakan grup *KPOP* dan adanya kegiatan mempelajari tarian BTS, NCT, Blackpink, dan Twice juga akan meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap restoran ini terutama untuk para penggemar *KPOP*.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis aspek-aspek yang ada untuk menentukan BibienT Restaurant layak atau tidak untuk dijalankan. Tujuan-tujuan tersebut dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Mencakup seluruh aspek kelayakan bisnis yang berkaitan dengan rencana mendirikan bisnis, yaitu:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Menganalisis penawaran dan permintaan dari pasar.
- 2) Menganalisis segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar.
- 3) Menganalisis bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, pemograman, kerja sama, dan paket.
- 4) Menganalisis bidang ekonomi, sosial, legal, politik, lingkungan hidup, dan teknologi yang terkait dengan bisnis yang akan dijalankan.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek pasar dan pemasaran adalah agar bisnis ini dapat menjangkau segmen pasar yang tepat sehingga bisnis dapat ramai dikunjungi konsumen serta agar bisnis BibienT Restaurant dapat memperluas skala bisnisnya dalam periode waktu yang cepat. Selain itu, studi kelayakan bisnis ini juga diharapkan dapat membantu bisnis BibienT Restaurant dalam mencari dan mengimplementasikan cara pemasaran yang tepat untuk menjangkau segmen pasar yang tepat pula secara efektif dan efisien.

b. Aspek Operasional (Teknis & Teknologi)

- 1) Menganalisis pemilihan lokasi bisnis dan teknologi yang digunakan.
- 2) Menganalisis jenis aktivitas yang dilakukan dan fasilitas yang digunakan, hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas

tersebut, dan perhitungan kebutuhan terhadap ruang fasilitas untuk operasional bisnis.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek operasional adalah agar bisnis ini dapat mengetahui dan menerapkan teknis operasional yang baik dan efisien dengan dukungan penggunaan peralatan, perlengkapan, dan teknologi yang tepat. Beberapa hal tersebut diharapkan dapat membantu kegiatan operasional bisnis BibienT Restaurant agar dapat berjalan dengan baik dan lancar serta agar bisnis ini dapat memberikan pelayanan dan pengalaman yang terbaik bagi konsumen.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Menganalisis pengorganisasian dalam perusahaan.
- 2) Menganalisis proses pengembangan sumber daya manusia dalam perusahaan.
- 3) Menganalisis aspek yuridis dari perusahaan.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek organisasi dan sumber daya manusia adalah agar bisnis ini dapat menentukan dan menggunakan struktur dan manajemen organisasi yang tepat sehingga kegiatan bisnis dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek organisasi dan sumber daya manusia ini diharapkan dapat membantu bisnis ini untuk mengembangkan setiap sumber daya manusianya baik melalui program pelatihan dan kegiatan lain sehingga setiap sumber daya manusia yang

tergabung dalam bisnis ini dapat mengalami perkembangan baik dalam hal pengetahuan, keahlian, dan personalitas.

d. Aspek Keuangan

- 1) Menganalisis kebutuhan dana dalam mempersiapkan bisnis hingga berjalannya bisnis yang dicantumkan dalam berbagai laporan keuangan untuk mengukur perkiraan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan maupun calon investor.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek keuangan adalah agar bisnis ini dapat memperoleh laba atau keuntungan sebesar mungkin dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant dalam aspek keuangan ini diharapkan dapat membantu bisnis dalam memperoleh peningkatan laba yang signifikan dan konsisten dari tahun ke tahun.

Pentingnya menganalisis aspek-aspek di atas dalam studi kelayakan bisnis adalah untuk memudahkan perencanaan bisnis, mengurangi berbagai risiko seperti kerugian, memudahkan proses pelaksanaan kerja, dan memudahkan pengendalian. Setiap pengusaha yang memulai suatu bisnis pasti akan mengharapkan bisnisnya dapat bertahan lama dan menghasilkan keuntungan sehingga melalui studi bisnis kelayakan bisnis ini, pengusaha dapat mengetahui aspek-aspek dalam bisnis yang harus diteliti agar bisnis ini dapat tetap berjalan dan memperoleh kesuksesan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan perubahan atau melakukan

pemberhentian terhadap beberapa hal yang dapat menimbulkan risiko besar dalam bisnis sehingga dapat menghemat biaya, waktu, dan tenaga.

2. Sub-Tujuan (*Minor Objectives*)

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

a. Membuka Lapangan Pekerjaan

Sub-tujuan dari pembuatan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant adalah agar bisnis ini dapat menghasilkan lapangan pekerjaan di daerah Jakarta dan sekitarnya sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan penduduk setempat.

b. Memberikan Pengalaman Baru

Sub-tujuan dari pembuatan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant adalah agar bisnis ini dapat memberikan pengalaman baru kepada pengunjung di mana konsep *ethnic restaurant* dengan tema pop Korea yang menyajikan makanan khas Korea dengan dekorasi dari grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice masih sangat jarang ditemukan di Jakarta apalagi dengan harga yang cukup terjangkau.

c. Berperan dalam Pergerakan Ekonomi

Sub-tujuan dari pembuatan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant adalah agar bisnis ini dapat berperan dalam pergerakan ekonomi dari sektor penyediaan makanan dan minuman di daerah Jakarta.

d. Menarik Perhatian Masyarakat

Sub-tujuan dari pembuatan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant adalah agar bisnis ini dapat menarik perhatian masyarakat di sekitar maupun luar daerah Jakarta untuk berkunjung ke daerah Jakarta dan meningkatkan pendapatan regional.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant, untuk mendapatkan data yang objektif dibutuhkan sebuah metode penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2016), penelitian merupakan sebuah kegiatan untuk menelaah sebuah masalah spesifik dengan tujuan mencari dan menemukan jawaban maupun solusi untuk permasalahan tersebut yang dilakukan secara terorganisir, sistematis, kritis serta objektif.

1. Jenis Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2016), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilaksanakan untuk mendapatkan informasi data dalam bentuk angka yang dikumpulkan biasanya dengan pertanyaan terstruktur seperti kuesioner. Sedangkan, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata yang didapat melalui observasi maupun wawancara.

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant akan menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang didukung dengan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif ini akan dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *Google Form* dan mengolah informasi data dari responden yang telah mengisi kuesioner tersebut sehingga dapat diketahui kondisi pasar yang sedang berlangsung

di lokasi bisnis ini akan dibuka yaitu di Golf Island, Pantai Indah Kapuk. Selain itu, untuk mengetahui bauran pemasaran yang sesuai untuk dilaksanakan oleh BibienT Restaurant.

2. Sumber Data

Menurut Sekaran & Bougie (2016), dalam mencari data, sumber data dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Peneliti akan menggunakan kedua sumber data tersebut dalam melakukan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer mengacu pada data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tentang variabel-variabel yang diminati untuk tujuan penelitian tertentu. Menurut Sekaran & Bougie (2016), data primer diperoleh melalui wawancara langsung, observasi, dan kuesioner yang dikirimkan kepada orang-orang terkait studi kelayakan bisnis.

Adapun instrumen pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant, yaitu:

1) Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2016), kuesioner merupakan kumpulan beberapa pertanyaan yang tersusun secara terstruktur.

Kuesioner digunakan untuk mencatat jawaban tertulis dari responden. Selain itu, kuesioner juga digunakan untuk memperoleh informasi data yang peneliti butuhkan dari responden.

Ada dua jenis kuesioner menurut Sekaran & Bougie (2016), yaitu kuesioner *personally administered questionnaires*. *Personally administered questionnaires* merupakan kuesioner yang dikeluarkan oleh peneliti secara langsung kepada responden. Kuesioner ini dikeluarkan dalam waktu yang relatif singkat. Yang kedua adalah *mail and electronic questionnaires*. *Mail and electronic questionnaires* merupakan kuesioner yang dikeluarkan melalui berbagai saluran media. Saluran media yang digunakan ketika respondennya mencakup wilayah geografis yang luas adalah surat pos, *e-mail*, dan media lainnya.

2) Observasi Langsung

Observasi adalah kegiatan yang direncanakan untuk melihat, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi kebiasaan, tindakan, maupun kegiatan tertentu. Observasi langsung dilakukan oleh peneliti dengan mengunjungi tempat bisnis akan didirikan untuk mengetahui kondisi pasar dan lingkungan. (Sekaran & Bougie, 2016)

b. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data sekunder merupakan informasi data yang diberikan oleh orang lain (sudah tersedia) dalam waktu yang relatif singkat. Peneliti tidak perlu memperoleh data langsung dari sumbernya. Peneliti dapat menggunakan data tersebut untuk melakukan penelitian untuk tujuan yang berbeda. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dapat berasal dari

kajian pustaka buku, artikel, data statistik dari lembaga pemerintah, situs terpercaya, dan jurnal. Data tersebut dapat digunakan sebagai landasan teori dan pengembangan ideologi studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan membagikan kuesioner secara *online* menggunakan *Google Form* kepada responden di daerah Jakarta karena merupakan daerah yang menjadi rencana pendirian bisnis BibienT Restaurant. Selain itu, kuesioner juga akan dibagikan kepada responden di luar daerah Jakarta seperti Tangerang dan sekitarnya. Hal ini dilaksanakan untuk mengetahui apakah ada minat dari responden luar daerah Jakarta untuk berkunjung ke lokasi bisnis BibienT Restaurant. Kuesioner akan disebar dengan rentang waktu penyebaran dari tanggal 28 Oktober 2021 sampai tanggal 4 Oktober 2021. Sedangkan observasi langsung dilakukan di Ruko Beach Boulevard, Golf Island, Pantai Indah Kapuk dan wilayah Pantai Indah Kapuk secara keseluruhan pada tanggal 21 Agustus 2021.

4. Target Populasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016), populasi adalah seluruh kelompok kejadian atau hal yang akan diteliti dalam penelitian. Dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini, penulis membatasi populasi. Sekelompok orang yang lebih terbatas yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant adalah remaja dan orang dewasa yang sering mengunjungi atau tinggal di wilayah Jakarta.

5. Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016), sampel adalah bagian dari populasi. Dengan kata lain, hanya beberapa elemen dari populasi yang membentuk sampel.

a. *Sample Size*

Menurut Ho (2014), jumlah responden yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner sama dengan jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikalikan lima atau lebih. Studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant akan menggunakan 31 pertanyaan sehingga akan dibutuhkan minimal 155 responden. Dalam hal memprediksi informasi data responden yang tidak valid maka akan mengumpulkan setidaknya 175 responden. Setiap kuantitas variabel maupun pertanyaan dalam bauran pemasaran akan dibuat sebagai perwakilan sampel.

b. Teknik Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016), teknik pengambilan sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen yang cukup dari populasi sehingga peneliti dapat menyamakan karakteristik atau sifat, seperti dalam elemen populasi melalui penyelidikan sampel dan pemahaman tentang karakteristik atau sifatnya. Menurut Sekaran & Bougie (2016), teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1) *Probability Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), apabila banyaknya populasi yang akan digunakan telah diketahui maka dapat menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik ini diklasifikasikan menjadi:

(a) *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), jika setiap anggota dalam populasinya memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel maka ini disebut sebagai *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak sederhana.

(b) *Systematic Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *systematic sampling* merupakan teknik yang menggunakan pola secara acak dalam pemilihan elemen dari sebuah populasi dan selanjutnya dipilih dengan kelipatan yang sama.

(c) *Stratified Random Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *stratified random sampling* merupakan teknik yang menggunakan sampel acak untuk memilih responden dari setiap anggota kelompok dari kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik dari sebuah populasi.

(d) *Cluster Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *cluster sampling* merupakan teknik yang berfokus pada sebagian kecil dari populasi. Hal ini dikarenakan populasi yang terlalu besar dan

tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh bagian dari populasi.

(e) *Multistage Random Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *multistage random sampling* merupakan teknik yang menggunakan kombinasi dari beberapa teknik pengambilan sampel yang ada.

2) *Non Probability Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *non probability sampling* merupakan teknik yang menggunakan dasar pengetahuan peneliti sebagai dasar penelitian. Selain itu, tidak dapat memastikan jumlah populasi yang digunakan. Teknik ini diklasifikasikan menjadi:

(a) *Convenience Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *convenience sampling* merupakan teknik yang menggunakan responden secara acak yang tersedia sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi data responden yang diinginkan dengan cepat dan mudah.

(b) *Purposive Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *purposive sampling* merupakan teknik yang membatasi sampelnya hanya untuk responden tertentu sesuai dengan informasi yang dibutuhkan peneliti untuk mencapai tujuan penelitian.

(c) *Quota Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *quota sampling* merupakan teknik yang pengambilan sampelnya dapat mewakili penelitian yang dilakukan dengan menentukan jumlah yang sama dari beberapa kelompok.

BibienT Restaurant akan menggunakan jenis kuesioner berupa *mail and electronic questionnaires* dimana peneliti akan membagikan kuesioner secara *online* menggunakan media elektronik seperti *Google Form*. Sedangkan, teknik sampel yang akan digunakan BibienT Restaurant adalah *Non Profitability Sampling* dengan metode *Convenience Sampling*. Hal ini dikarenakan kuesioner akan disebarluaskan kepada responden yang berada di wilayah Jakarta dan sekitarnya sesuai target populasi, namun tanpa adanya kriteria khusus dalam pengambilan sampel sehingga kuesioner dapat diisi oleh seluruh responden dalam target populasi.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sekaran & Bougie (2016), teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi untuk mendukung penelitian yang diharapkan dapat memberikan data yang akurat dan lebih spesifik dalam penelitian. Dalam hal pengumpulan data, terdapat empat metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2016), kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan yang sebelumnya telah diformulasikan

secara tertulis yang ditujukan kepada responden untuk diisi, biasanya dilengkapi dengan beberapa alternatif yang mendekati. Kuesioner didesain untuk mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah besar, dapat disebarkan secara personal melalui lembaran pertanyaan, *e-mail* atau melalui *platform* elektronik lain secara *online* kepada para responden. Penyebaran kuesioner melalui *e-mail* atau platform *online* lainnya seperti *Instagram* akan membutuhkan biaya yang lebih sedikit dan membutuhkan waktu yang lebih singkat walaupun membuka kesempatan bagi responden untuk tidak merespon ataupun dapat ditemukan respons yang *error*.

Metode pengumpulan data untuk studi kelayakan bisnis ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 175 orang sampel remaja dan orang dewasa yang sering mengunjungi maupun yang bertempat tinggal di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Pembagian kuesioner akan dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form* dimana akan disebarkan melalui media elektronik seperti media sosial.

Kuesioner yang dibagikan kepada responden akan dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan enam pilihan jawaban berbentuk skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif sebagai berikut:

6 = Sangat Setuju

5 = Setuju

4 = Cenderung Setuju

3 = Cenderung Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

b. Kajian Pustaka

Menurut Sekaran & Bougie (2016), kajian pustaka merupakan pemilihan dokumen baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan mengenai topik yang mencakup informasi, ide, data dan bukti tulis dari sudut pandang tertentu yang digunakan untuk memenuhi tujuan tertentu atau mengekspresikan suatu pandangan terhadap natur sebuah topik dan bagaimana topik tersebut di investigasi, dan evaluasi yang efektif dokumen tersebut dalam relasi terhadap penelitian yang sedang dilaksanakan. Dengan adanya kajian pustaka membantu peneliti menjadi lebih familiar dan relevan dengan pengetahuan mengenai masalah yang ingin mereka teliti dan selesaikan.

Dalam melakukan kajian pustaka sebagai sumber data sekunder, studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant akan menggunakan referensi buku, jurnal relevan yang sudah dipublikasikan, dan situs terpercaya. Buku-buku, jurnal, dan situs terpercaya yang digunakan antara lain menyangkut metode penelitian, bisnis dan keuangan, restoran, pariwisata dan budaya, resep makanan dan minuman, untuk mendapatkan pengertian, metode, istilah, dan teori yang terpercaya dari ahli pada bidangnya.

c. Observasi

(Sugiyono, 2018) membagi observasi menjadi dua jenis, yaitu observasi partisipatif dan observasi non-partisipatif. Observasi partisipatif berarti bahwa peneliti berpartisipasi dalam kegiatan objek penelitian dengan berpartisipasi dalam pekerjaan objek penelitian, berbagi suka dan duka objek penelitian. Melalui observasi partisipatif, data yang diperoleh peneliti akan lebih lengkap dan jelas, serta dapat dilihat tingkat setiap perilaku dari objek yang diteliti. Pada saat yang sama, observasi non-partisipatif berarti bahwa peneliti tidak berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan objek yang diamati, tetapi hanya bertindak sebagai pengamat. Pengamatan non-partisipatif dibagi menjadi dua jenis yaitu terstruktur dan tidak terstruktur.

Observasi terstruktur merupakan observasi terhadap rancangan sistem di mana peneliti mengetahui apa yang akan diamati dan kapan serta dimana penelitian akan dilakukan. Sedangkan observasi tidak terstruktur merupakan observasi dimana peneliti tidak mengetahui secara pasti apa yang akan diamatinya, sehingga peneliti akan bebas mengamati hal-hal yang menarik pada suatu tempat atau waktu tertentu. Setelah itu, peneliti akan menganalisis dan menarik kesimpulan. Berdasarkan teori tersebut, studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant akan menggunakan observasi terstruktur non-partisipatif. Observasi studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant akan dilakukan di Ruko Beach Boulevard, Golf Island, Pantai Indah

Kapuk dan wilayah Pantai Indah Kapuk secara keseluruhan pada 21 Agustus 2021. Variabel-variabel yang akan diamati, yaitu:

- 1) Aksesibilitas Pantai Indah Kapuk dan Ruko Beach Boulevard.
- 2) Tingkat hunian dan keramaian Pantai Indah Kapuk dan Ruko Beach Boulevard.
- 3) Bisnis serupa yang memungkinkan menjadi pesaing BibienT Restaurant di kawasan Pantai Indah Kapuk dan Ruko Beach Boulevard.
- 4) Biaya sewa, luas lahan, fasilitas yang disiapkan, kapasitas dan sumber energi, dan kebutuhan legal.

d. Penelusuran Data *Online*

Menurut Sekaran & Bougie (2016), metode penelusuran data *online* merupakan proses pencarian data melalui internet atau metode jaringan lainnya dan menyajikannya melalui situs pendukung untuk menyelesaikan penyelidikan. Penelusuran data *online* yang dilakukan peneliti saat menyusun laporan studi kelayakan bisnis BibienT Restaurant berasal dari situs-situs terpercaya dan data yang diperoleh merupakan informasi atau data terbaru dan terpercaya berupa angka dan informasi tertulis lainnya.

7. Teknik Analisis dan Pengujian Data

Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis data adalah sebuah proses di mana data yang telah dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk melihat apakah hipotesis yang dihasilkan mendukung atau tidak. Metode analisis data adalah sebuah

proses di mana data yang telah dikumpulkan akan diuji kebenarannya melalui pernyataan yang dibuat yang dapat mendukung hipotesis yang ada. Berikut metode yang digunakan dalam penelitian:

a. Analisis Deskriptif

Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran data yang didapat dari responden. Analisis deskriptif dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, dengan data statistik seperti nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, rata-rata, dan varian.

b. Analisis Kuantitatif

Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang dirumuskan. Analisis didasarkan pada variabel-variabel daya tarik, kepercayaan, dan keahlian terhadap niat beli. Data yang dianalisis menggunakan skala *likert* dengan 6 poin (1=Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak Setuju, 3=Cenderung Tidak Setuju, 4=Cenderung Setuju, 5=Setuju, dan 6=Sangat Setuju) untuk semua pertanyaan. Analisis kuantitatif akan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS ver 22.

c. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), uji validitas adalah uji yang dapat ditetapkan ketika ada sumber yang berbeda menanggapi sumber yang berukuran sama (misal, baik pengawas dan bawahan merespons dengan cara yang sama seperti ukuran sistem yang diberikan kepada keduanya). Pengujian validitas adalah tes tentang

seberapa baik instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang akan diukur. *Convergent validity* digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi antara dua variabel terhadap konsep yang sama. Pengambilan keputusan untuk mengukur validitas yaitu kuesioner dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan kuesioner dianggap tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

d. Uji Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), reliabilitas adalah kendala pengukuran dalam menunjukkan sejauh mana hal itu tanpa bebas dari sebuah kesalahan dan memastikan pengukuran tersebut konsisten sepanjang waktu dalam instrumen. Pengujian reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil dari pengukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi, apabila pengukuran dilakukan lebih dari dua kali atau lebih dalam waktu yang berbeda. Pengukuran uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*. Kuesioner dikatakan reliabel bila jawaban bersifat konsisten dan dengan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,6.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Walker (2019), pariwisata didefinisikan sebagai berikut:

Tourism is a dynamic evolving, consumer-drive force and is the world's largest industry, when all its interrelated components are placed under one umbrella: tourism, travel; lodging, convention, exposition, meetings, events; restaurant, managed services, assembly, destination and event management; and recreation.

Dari definisi yang dipaparkan di atas, industri pariwisata dapat diartikan sebagai industri terbesar di dunia dan memiliki kemampuan untuk mengesankan konsumen secara berkembang dan dinamis, mengandung komponen yang saling terkait seperti pariwisata dan perjalanan, akomodasi dan konferensi, pameran, kongres, acara, restoran, layanan manajemen, pertemuan, tujuan, manajemen acara, dan hiburan.

2. Pengertian Restoran

Menurut Walker (2019), restoran merupakan tempat dimana konsumen menggunakan indera mereka untuk menikmati layanan tertentu dengan menyediakan makanan dan minuman. Tujuan konsumen berkunjung ke restoran yaitu untuk bersantai atau menghabiskan waktu bersama keluarga, rekan kerja, dan teman. Restoran juga melibatkan perencanaan menu dan suasana, konsep, pasar, lokasi, dan filosofi bisnis. Saat ini, setiap orang telah membentuk gaya hidup yang sulit untuk dilepaskan dari kehidupan sehari-hari seperti pergi ke restoran untuk makan, minum, dan bersenang-senang.

Sedangkan, menurut Hermawan (2020), restoran adalah perusahaan makanan dan minuman yang disertai dengan aspek keramahtamahan melalui interaksi atau koneksi antara penyedia layanan sebagai *host* (tuan rumah) dan konsumen sebagai *guest* (tamu).

3. Aspek-aspek Restoran

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standar Usaha

Restoran, restoran terdiri atas tiga aspek, yaitu produk, pelayanan dan pengelolaan.

Aspek produk terdiri dari:

- a. Adanya ruang makan dan ruang minum termasuk area tempat duduk yang sesuai, sirkulasi udara dan sistem pencahayaan, serta ruangan khusus untuk *Very Important Person (VIP)*.
- b. Menyediakan makanan dan minuman, termasuk menu makanan dengan resep.
- c. Adanya fasilitas pendukung seperti ruang tunggu dan eskalator untuk restoran yang memiliki empat lantai atau lebih, toilet bersih, meja dan kursi, daftar menu makanan dan minuman dengan daftar harga, ruang penyimpanan dan pengelolaan bahan baku makanan dan minuman, peralatan atau kotak pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K), alat pemadam api ringan (APAR), dan ruang pertemuan.
- d. Memiliki kelengkapan properti bangunan seperti papan nama dan fasilitas tempat parkir.

Aspek pelayanan terdiri dari:

- a. Prosedur operasional standar meliputi lokasi pemesanan, penyambutan oleh pelayan, mengantar makanan, penyediaan menu, pendaftaran pesanan makanan dan minuman, penyediaan makanan dan minuman, pembayaran, pembuangan peralatan kotor, dan penanganan keluhan dari tamu.
- b. Terdapat fasilitas pendukung lainnya seperti stop kontak dan *wi-fi*.

Aspek pengelolaan terdiri dari:

- a. Suatu organisasi yang mencakup visi dan misi, struktur organisasi yang sederhana dan terdokumentasi, petunjuk pelaksanaan kerja, rencana bisnis, dan kesepakatan perundingan kerja bersama.
- b. Adanya manajemen meliputi inovasi produk, pemesanan dan penerimaan bahan baku, penyimpanan dan pengelolaan bahan baku, penerapan sistem manajemen kesehatan dan keselamatan kerja, kebersihan dan sistem jaminan mutu keamanan pangan, evaluasi kinerja karyawan, dan pengembangan karir profesional.
- c. Adanya sumber daya manusia, termasuk rencana peningkatan keterampilan, evaluasi kinerja, dan seragam dengan logo perusahaan.
- d. Adanya sarana dan prasarana, antara lain ruang ganti dan ruang makan untuk karyawan, toilet karyawan, kantor pimpinan, pengumpulan sampah, sistem pembuangan limbah, instalasi listrik, air, gas, akses darurat dan peralatan kantor.

4. Sejarah Restoran

Menurut Marsha (2013), sejarah restoran dipercaya berawal pada sekitar tahun 1765 yaitu pada saat masa Revolusi Perancis. Sejarah restoran ini dimulai dari adanya seorang koki Perancis bernama Monsieur Boulanger yang dipercaya sebagai koki pertama yang membuka restoran untuk masyarakat umum di kota Paris, Perancis. Sejak saat itu industri restoran mulai berkembang dan berjalan dengan baik namun cara masak koki-koki restoran pada masa itu masih tradisional.

Baru pada sekitar tahun 1847-1935, salah satu koki terhebat Perancis yang bernama George Auguste Escoffier membawa konsep memasak modern ke dalam industri restoran dimana banyak resep masakannya dijadikan pedoman teknik dasar memasak di seluruh dunia. Sejak saat itu, industri restoran atau rumah makan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam waktu ke waktu. Hal inilah yang kemudian menjadi cikal bakal restoran-restoran modern seperti yang kita kenal sekarang.

5. Klasifikasi Restoran

(Walker, 2019) mengklasifikasikan restoran menjadi dua kategori dalam hal kepemilikan yaitu *independent restaurant* dan *chain restaurant*. *Independent restaurant* merupakan restoran yang dimiliki oleh satu atau dua orang pemilik yang secara langsung berpartisipasi dalam pengoperasian restoran tersebut. Konsep dan menu restoran akan dibuat secara fleksibel dan kreatif oleh pemiliknya. Selain itu, restoran yang memiliki konsep, desain, pasar, makanan, layanan, dan nama yang sama di setiap tempat di mana restoran didirikan untuk membentuk kelompok restoran disebut sebagai *chain restaurant*. Restoran ini memberikan sistem yang lebih baik dan berpeluang untuk lebih dikenal di pasar.

Jika berdasarkan klasifikasi menurut jenisnya, BibienT Restaurant termasuk dalam:

a. *Ethnic Restaurant*

Ethnic restaurant merupakan restoran yang menyajikan menu khas dan suasana dari suatu daerah tertentu. Contohnya adalah Nam yang

menyajikan makanan dan suasana khas Thailand dan Chung Gi Wa yang menyajikan makanan dan suasana khas Korea Selatan.

b. *Casual Dining*

Casual dining merupakan restoran yang memiliki menu makanan sederhana dengan harga yang cukup terjangkau. Walaupun demikian, restoran ini tetap memiliki kesan mewah sehingga restoran ini mudah berkembang di tengah masyarakat. Contohnya adalah Solaria dan Platinum.

6. Jenis-jenis Menu Restoran

Menurut Walker (2019), menu merupakan daftar makanan dan minuman yang dijual dan dapat disajikan. Menu yang digunakan BibienT Restaurant yaitu:

a. *A la Carte Menu*

A la carte menu merupakan menu yang terdiri dari beragam jenis pilihan makanan seperti dari hidangan pembuka, hidangan utama, hidangan penutup, maupun minuman. Setiap menu makanan dan minuman yang ada di daftar menu memiliki harganya masing-masing.

b. *Semi A la Carte Menu*

Semi a la carte menu merupakan menu yang menggabungkan *a la carte menu* dan *table d'hote menu*, Menu ini menyajikan paket yang terdiri hanya dari hidangan pembuka dan hidangan utama sebagai kesatuan harga dan menjual hidangan penutup serta minuman dengan harga terpisah.

7. Jenis-jenis Pelayanan Restoran

Menurut Walker (2019), jenis layanan yang digunakan di BibienT Restaurant yaitu:

a. *Table Service*

Table service merupakan jenis layanan dimana pramusaji akan melayani langsung ke meja pelanggan. *Table service* yang digunakan BibienT Restaurant yaitu:

1) *American Service*

American service merupakan jenis *table service* dimana pramusaji menyajikan makanan ke meja pelanggan dengan keadaan makanan telah dipersiapkan dan diporsikan di dapur sehingga siap untuk dikonsumsi langsung oleh pelanggan.

b. *Delivery Service*

Delivery service merupakan jenis layanan pesan antar dimana pelanggan akan memesan makanan dari rumahnya melalui telepon atau aplikasi pesan antar. Setelah memesan, makanan dan minuman akan diantar ke rumah pelanggan sesuai pesanan. Layanan ini sangat sukses selama pandemi COVID-19 dimana dapat mengurangi aktivitas di luar rumah dan mengurangi kerumunan. Contohnya adalah PHD (Pizza Hut Delivery), atau dengan aplikasi seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood.

c. *Take Away Service*

Take away service merupakan jenis layanan yang memberikan pilihan untuk membawa pulang makanan yang telah dipesan

pelanggan. Biasanya konsep layanan ini diterapkan oleh restoran yang menyajikan menu cepat saji dan terbatas. Contohnya adalah Gepuk Nyonya Ong.

8. Sejarah Hidangan Korea

Menurut Swan (2021), di era modern ini, demam budaya Korea atau biasa disebut “*Korean Wave*” tidak hanya karena musik pop Korea saja, namun juga karena bidang kulinernya. Selama sepuluh tahun terakhir, restoran yang menyajikan hidangan Korea di Indonesia mulai bermunculan dan semakin banyak di beberapa tahun terakhir ini. Hidangan Korea sendiri juga memiliki sejarah di mana hidangan ini berasal dari Korea yang sudah ada sejak zaman kerajaan dinasti Joseon.

Hidangan Korea mengalami masa keemasan dan mulai dikenal masyarakat Korea hingga menjadi budaya Korea pada masa kerajaan dinasti Joseon. Korea menjadikan perjamuan makan kerajaan sebagai nilai esensial dalam kebudayaan tradisionalnya. Juru masak yang berpengalaman akan menyiapkan makanan untuk raja dan menyajikannya pada raja. Makanan yang disajikan kepada raja selalu dipastikan memiliki kualitas yang terbaik dan selalu melewati proses pengecekan yang ketat.

Juru masak kerajaan akan memastikan bahan baku yang digunakan selalu baru yang merupakan spesialisasi Korea dan memiliki kualitas yang konsisten. Hidangan Korea ini telah diwariskan secara lisan di dalam kehidupan dapur kerajaan. Resep dan cara memasak hidangan Korea yang terus diwariskan membuat kerajaan selalu memiliki juru

masak hebat yang bisa diandalkan sehingga keturunan kerajaan dari zaman ke zaman dapat terus menikmati hidangan tersebut.

Seluruh hidangan Korea dari zaman kerajaan dinasti Joseon telah dituliskan dalam buku sejarah Korea dengan judul *Joseon Wangjo Gungjung Yori*. Hidangan Korea yang disajikan di abad 21 ini memiliki cita rasa dan cara memasak yang berasal dari warisan hidangan Korea di zaman dinasti Joseon pada tahun 1392 hingga 1910. Menurut buku sejarah hidangan Korea tersebut, terdapat 12 hidangan Korea yang disajikan dengan nasi dan sup. Seluruh hidangan tersebut disajikan dalam wadah dari perunggu atau disebut dengan *bangja*.

Seluruh hidangan Korea yang disajikan pada zaman kerajaan akan disiapkan dengan teliti oleh pelayan kerajaan yang telah mendapatkan pelatihan ketat. Pelayan kerajaan baik perempuan dan laki-laki akan diajarkan dari awal tentang metode-metode penyajian hidangan Korea yang tentunya beragam. Jenis-jenis hidangan Korea tersebut beragam dari hidangan laut, sayuran, daging, hingga biji-bijian. Bahan baku terbaik yang hanya akan digunakan karena hal tersebut penting karena mempengaruhi cita rasa makanan yang disajikan.

Hidangan Korea di zaman kerajaan memiliki cita rasa yang tidak sekuat di era sekarang ini. Hal ini terjadi karena hidangan Korea telah mengalami modifikasi yang dipengaruhi oleh perkembangan zaman. Di era sekarang ini, hidangan Korea memiliki cita rasa yang kuat yaitu terkenal dengan rasa pedas, manis, dan sedikit asam. Walaupun mengalami beberapa perubahan, namun hidangan Korea yang ada di era

sekarang ini tetap berdasarkan teknik dan konsep yang sama pada zaman kerajaan.

9. Jenis-jenis Hidangan Korea

Menurut Wisatapro (2020), hidangan Korea yang sangat terkenal sekarang ini terutama di Indonesia memiliki beberapa jenis hidangan yang berbeda dengan beragam cita rasa yang berbeda. Berikut beberapa jenis hidangan Korea yang terkenal di kalangan masyarakat Korea dan Indonesia, yaitu:

a. *Bulgogi*

Bulgogi merupakan salah satu hidangan Korea yang terbuat dari daging. Daging yang digunakan untuk membuat *bulgogi* adalah daging sirloin. Bumbu yang digunakan untuk daging ini cukup sederhana yaitu campuran kecap asin dan gula saja. Hidangan ini dimasak dengan cara ditumis dan sekilas mirip dengan hidangan Jepang yaitu *teriyaki*.

b. *Kimchi*

Kimchi merupakan hidangan tradisional Korea yang unik karena hidangan ini hasil dari fermentasi. *Kimchi* terbuat dari sayuran sawi putih dan lobak yang diberikan bumbu dengan rasa pedas, asam, dan manis. Sayuran tersebut akan direndam bersama seluruh bumbu dan biasanya dibiarkan beberapa hari di dalam kulkas sebelum dimakan. Selama didiamkan itulah proses fermentasi terjadi.

c. *Tteokbokki*

Tteokbokki merupakan hidangan Korea yang sangat terkenal dan mudah ditemui di Indonesia. Hidangan ini terbuat dari tepung beras yang dibentuk menjadi seperti tabung memanjang. *Tteokbokki* ini biasanya disajikan dengan saus pedas manis khas Korea dan sering dicampur juga dengan *eomuk* yang merupakan *fish cake*.

d. *Hotteok*

Hotteok merupakan salah satu hidangan penutup khas Korea yang cukup terkenal. *Hotteok* merupakan hidangan manis yang terbuat dari campuran tepung terigu dan tepung beras ketan yang dibentuk seperti *pancake* dan di dalamnya diberi isian kacang. *Hotteok* dimasak dengan cara digoreng dan disajikan selagi panas.

e. *Kimchi Jjigae*

Budae jjigae merupakan hidangan Korea yang berkuah dan dikenal juga sebagai hidangan legendaris karena hidangan ini muncul sejak Perang Korea berakhir. Hidangan ini berisikan daging kaleng, ham, dan sayuran dimana diberikan kuah dengan bumbu yang digunakan adalah *kimchi*.

f. *Naengmyeon*

Naengmyeon merupakan hidangan Korea yang cocok dikonsumsi saat musim panas. *Naengmyeon* merupakan hidangan yang terbuat dari mie dan kuah dimana hidangan ini disajikan dingin dan menggunakan es batu. Hidangan ini disajikan dengan kuah kaldu sapi atau lobak yang bening namun juga ada yang menyajikannya pedas.

g. *Samgyeopsal*

Samgyeopsal merupakan hidangan Korea yang disajikan dibakar atau biasa dikenal dengan *BBQ*. Biasanya restoran *BBQ* Korea akan menjual menu ini karena menu ini merupakan menu favorit di kalangan masyarakat Korea. Hidangan ini merupakan daging yang menggunakan bagian perut babi yang berlemak dan tebal. Daging ini akan dibakar tanpa bumbu dan biasanya pelanggan akan membumbui sendiri setelah matang.

h. *Jjangmyeon*

Jjangmyeon merupakan hidangan Korea yang sekarang ini juga sangat populer di kalangan masyarakat Korea dan Indonesia. Popularitas hidangan ini meningkat karena hidangan ini sering muncul di dalam drama Korea. Hidangan ini merupakan hidangan mie yang berwarna hitam. Warna hitam tersebut berasal dari bumbu yang digunakan yaitu kacang kedelai hitam sehingga dalam bahasa Indonesia, hidangan ini disebut sebagai mie saus pasta kacang kedelai hitam.

i. *Gogigui*

Gogigui merupakan hidangan Korea yang dibakar atau *BBQ*. *Gogigui* ini juga menjadi hidangan yang terkenal di kalangan masyarakat Korea dan Indonesia yang mencintai daging sapi. Daging sapi ini akan dibakar di atas panggangan dan biasanya telah daging ini telah diberi bumbu. Biasanya pelanggan akan menikmati daging yang telah matang dengan selada.

j. *Ramyeon*

Ramyeon merupakan hidangan Korea yang merupakan mie kuah dengan cita rasa khas Korea. Hal yang membedakan *ramyeon* dengan mie lainnya adalah *ramyeon* memiliki tekstur mie yang lebih lebar dan keras. *Ramyeon* juga memiliki kuah dengan rasa pedas dan gurih. *Ramyeon* biasanya disajikan dengan beberapa isian seperti daging, *seafood*, atau telur.

k. *Japchae*

Japchae merupakan hidangan Korea yang juga populer di kalangan masyarakat Korea dan Indonesia. *Japchae* merupakan hidangan Korea yang bentuknya menyerupai soun bening namun lebih tebal. *Japchae* ini biasanya dimasak dengan diberikan beberapa *topping* seperti irisan daging, bawang bombay, telur, sayuran, dan jamur shitake. Bumbu yang digunakan cukup sederhana yaitu kecap asin, bawang putih, dan gula pasir.

l. *Kimbap*

Kimbap merupakan makanan khas Korea yang terbuat dari nasi yang digulung seperti *sushi*. Di dalam gulungannya berisikan beberapa sayuran seperti bayam, acar, dan daging seperti ham.

m. *Kimchi Fried Rice*

Kimchi fried rice merupakan makanan khas Korea yang mirip dengan nasi goreng Indonesia namun yang berbeda adalah bumbunya dimana menggunakan *kimchi*. *Kimchi fried rice* ini

biasanya disajikan dengan beberapa *topping* seperti bacon, jamur, dan telur.

10. Aplikasi Konsep Teoritikal

BibienT Restaurant termasuk dalam golongan *casual dining* dan *ethnic restaurant*. BibienT Restaurant masuk ke dalam golongan *casual dining* karena restoran ini akan menjual makanan yang menunya sederhana dengan harga yang terjangkau. Walaupun harganya yang terjangkau, restoran tetap akan memiliki kesan yang elegan sehingga restoran ini akan cepat berkembang di masyarakat. Menu makanan yang sederhana juga disesuaikan dengan konsep restoran yang menjual menu makanan favorit grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice.

BibienT Restaurant juga termasuk dalam golongan *ethnic restaurant* karena restoran ini akan menyajikan makanan khas Korea dan mengusung tema *KPOP* yang desain dan dekorasinya berhubungan dengan grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice. Restoran ini akan memiliki desain dengan membuat *section* dari empat grup yang populer dikalangan masyarakat Indonesia yaitu BTS, NCT, Blackpink, dan Twice sehingga para penggemar musik pop Korea dapat berkumpul bersama menikmati makan bersama penggemar lainnya. Setiap *section* akan didesain dengan poster dan *merchandise* grup masing-masing. Selain itu, warna dinding restoran disesuaikan dengan warna identik setiap grup seperti BTS dengan warna ungu, NCT dengan warna *pearl neo champagne*, Blackpink dengan warna pink dan hitam, dan Twice dengan warna *apricot* dan *neon magenta*. Selain itu, restoran ini akan

memiliki konsep bergaya *retro* yang menambah daya tarik restoran sehingga memiliki *spot* foto yang bagus. Untuk peralatan makannya akan menggunakan peralatan makan khas Korea yaitu menggunakan piring dan alat makan perunggu lainnya. Pramusaji yang bekerja juga akan menggunakan seragam ala pakaian Korea yaitu *hanbok* modern. Hal ini akan menjadi konsep restoran yang baru dan unik karena masih sedikit bahkan belum ada restoran Korea yang mengusung tema grup pop Korea di daerah Pantai Indah Kapuk. Keistimewaan yang dapat dirasakan pelanggan adalah dapat menikmati makanan khas Korea dengan dekorasi restoran bertemakan grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice.

BibienT Restaurant juga memiliki jenis pelayanan *table service* yang *American Service* dimana pelanggan akan memesan makanan dan pramusaji akan menyajikan makanan yang telah diporsikan ke meja pelanggan tersebut. BibienT Restaurant juga menyajikan menu *semi a la carte menu* dimana restoran akan menyajikan menu *a la carte* juga menu *table d'hote* yang merupakan menu paket. Menu *a la carte* akan dijual sesuai dengan hidangan favorit grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice serta menu paket atau *table d'hote menu* akan dijual secara paket yang merupakan gabungan hidangan favorit antar grup. BibienT Restaurant akan menjual dan menyajikan makanan serta minuman khas Korea. Berikut beberapa menu yang akan dijual oleh BibienT Restaurant, yaitu:

a. *A la carte menu (snack)*

Menu yang menawarkan beberapa pilihan makanan ringan atau pembuka Korea yang populer dikalangan masyarakat Indonesia

yaitu *mandu*, *odeng*, *kimchi jeon*, *corn dog*, *korean fried chicken*, *kimchi*, *yukhoe*, *gyeranppang*, dan *pajeon*.

b. *A la carte menu (main course)*

Menu yang menawarkan berbagai pilihan hidangan utama Korea favorit grup BTS, NCT, Blackpink, dan Twice seperti *jjangmyeon* (makanan favorit BTS dan Twice), daging *BBQ* (makanan favorit BTS dan NCT), *tteokbokki* (makanan favorit BTS), *kimchi fried rice* (makanan favorit Blackpink dan BTS), *kimchi jjigae* (makanan favorit Blackpink dan BTS), *ramyeon* (makanan favorit BTS, NCT, dan Twice), *rabokki* (makanan favorit NCT), dan *kimbap* (makanan favorit Twice dan Blackpink). Selain itu, restoran ini juga akan menjual menu lainnya seperti *japchae* yang merupakan hidangan Korea paling populer di Indonesia, *bulgogi*, *naengmyeon*, *bibimbap*, *jjamppong*, *sundubu jjigae*, *galbi*, dan *kalguksu*.

c. *A la carte menu (dessert)*

Menu yang menawarkan hidangan penutup khas Korea yang pernah dimakan oleh BTS yaitu *hotteok* dengan pilihan isi beragam yaitu cokelat, keju, dan *brown sugar nuts*. Selain itu, restoran ini juga akan menjual beberapa jenis es krim yang merupakan favorit Blackpink dan Twice yaitu es krim *sandwich* yaitu es krim potong yang disajikan dengan roti tawar. *Bingsoo* yang merupakan es serut khas Korea dengan beragam varian *topping*. *Dalgona candy* yang terbuat dari gula yang dicairkan dan

baking soda kemudian dicetak dengan bentuk-bentuk yang unik dimana permen ini sedang populer di masyarakat Korea maupun Indonesia. *Kkwabaegi* yang merupakan donut keping khas Korea dengan *topping* gula dan *cinnamon powder*. *Bungeoppang* yang merupakan kue berbentuk ikan dan dengan pilihan isi beragam yaitu cokelat, keju, dan *brown sugar nuts*. *Songpyeon* merupakan kue berbentuk bulan setengah dari beras ketan.

d. *A la carte menu (beverage)*

Menu yang menawarkan berbagai pilihan minuman khas Korea seperti *kombucha lemon* yang merupakan minuman favorit Jungkook BTS yang dikatakan saat melakukan *live* di *Vlive*, *banana uyu*, *boricha*, *Korean strawberry milk*, *americano* yang merupakan minuman favorit Doyoung NCT dan Jisoo Blackpink, *latte*, dan *mineral water*. Selain itu, BibienT Restaurant akan menjual *mocktail* yang menggunakan kreasi resep sendiri yaitu *olenji keopi*, *saranghae cha*, dan *geulini aepeul*.

e. *Table d'hote menu (paket)*

Menu makanan yang menawarkan harga paket dimana paket ini terdiri dari satu *snack* dan satu hingga dua *main course*. Paket ini akan dibuat dengan menggabungkan dua nama grup antara BTS, NCT, Blackpink, dan Twice. Seluruh paket ini belum termasuk minuman. Paket pertama bisa dimakan untuk tiga hingga empat orang yaitu Paket BangCT (BTS dan NCT) yang berisikan satu porsi *kimchi* untuk *snack*, daging BBQ dan *tteokbokki* untuk *main course*.

Paket kedua untuk dua orang yaitu Paket BangTwice (BTS dan Twice) yang berisikan satu porsi *kimchi* untuk *snack*, *jjangmyeon* dan *ramyeon* untuk *main course*. Paket ketiga bisa untuk dua orang yaitu Paket NCTwice (NCT dan Twice) yang berisikan satu porsi *odeng* untuk *snack*, *rabokki* dan *kimbap* untuk *main course*. Paket keempat bisa untuk dua hingga tiga orang yaitu Paket PinkTwice (Blackpink dan Twice) yang berisikan satu porsi *tokkebi hot dog* untuk *snack*, *kimchi jjigae* dan *kimbap* untuk *main course*. Paket kelima bisa untuk dua hingga tiga orang yaitu Paket DoubleB (BTS dan Blackpink) yang berisikan satu porsi *mandu* untuk *snack*, *kimchi fried rice* dan *kimchi jjigae* untuk *main course*.

Fasilitas-fasilitas pendukung lainnya yang akan disiapkan oleh BibienT Restaurant adalah *free wi-fi*, *toilet*, *wastafel*, televisi, stop kontak, dan perangkat audio (*speaker*). Selain itu juga restoran ini memiliki area menari (*dance floor*) yang dilengkapi dengan cermin sehingga para pelanggan yang ingin belajar menari tarian BTS, NCT, Blackpink, dan Twice dapat menari bersama pelanggan lainnya dengan pembelian minimum Rp 100.000,00 sebelum pajak dan *service* per orang. Kegiatan untuk belajar menari bersama ini akan dilaksanakan dua kali dalam sebulan. Selain itu, satu *random freebies* akan diberikan setiap pembelian minimum Rp 200.000,00 sebelum pajak dan *service* dan *freebies* ini tidak untuk diperjual belikan.

BibienT Restaurant juga akan melaksanakan *event* spesial di setiap perayaan *anniversary* setiap grup maupun ulang tahun setiap anggota

grup seperti memberikan potongan harga, menu spesial, dan acara spesial lainnya yang akan menarik pelanggan. Selain itu, protokol kesehatan ketat juga akan diterapkan di restoran seperti seluruh karyawan yang sudah divaksin, tetap menggunakan masker, *face shield*, mencuci tangan, penyediaan *hand sanitizer*, melakukan *general cleaning* restoran sebulan sekali, penerapan *physical distancing*, serta ketentuan untuk pelanggan yang boleh *dine in* untuk memperlihatkan bukti sudah divaksin minimal dosis satu atau *scan barcode* menggunakan aplikasi Peduli Lindungi.

BibienT Restaurant akan menyediakan tempat makan secara langsung (*dine in*) seperti adanya meja dan kursi. Selain makan secara langsung (*dine in*), pelanggan juga bisa memesan makanan atau minuman untuk dibawa pulang (*take away*). Selain itu akan bekerja sama dengan layanan pesan antar (*delivery*) seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood. Ketersediaan fasilitas yang lengkap, memadai, dan dengan konsep yang unik bertujuan agar pelanggan dapat merasakan kenyamanan serta pengalaman baru yang berkesan dan tak terlupakan saat berkunjung dan menghabiskan waktu di BibienT Restaurant.