

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut juga di dukung dengan adanya perkembangan dan perubahan pola gaya hidup. Makanan dan minuman memang merupakan salah satu kebutuhan pokok yang diperlukan oleh semua orang, namun selain itu kebutuhan pokok dapat dikatakan sebagai salah satu nilai gaya hidup saat ini.

Berdasarkan Databoks (2020) ekonomi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan sebesar 7,07% pada kuartal II-2021 dan pertumbuhan paling tinggi berasal dari industri restoran dan juga hotel yang mencapai 16,79%. Kenaikan ini mencapai 4,15% jika dibandingkan dengan kuartal pada tahun sebelumnya. Tidak hanya pertumbuhan industri, kinerja dari restoran dan hotel pun meningkat sebesar 16,53% jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

Menurut Lestari (2021), industri makanan dan minuman di DKI Jakarta mengalami pertumbuhan seperti pada kuartal II tahun 2021 bertumbuh sebesar 2,95% jika dibandingkan dengan kuartal II tahun 2020. Jika dibandingkan kembali dengan triwulan sebelumnya maka industri ini juga mengalami kenaikan sebesar 2,45%. Hal ini dapat menjadi salah satu sumber ide baru bagi para masyarakat dalam menciptakan dan mengkreasikan menu-menu yang unik

dengan menggunakan bahan dasar tertentu. Salah satu daerah di Jakarta yang mengalami pertumbuhan signifikan terdapat pada Jakarta Utara yang mengalami kenaikan hingga 6,16% sekitar Rp.312,33 triliun pada tahun 2019. Diikuti oleh Jakarta Pusat, Jakarta Selatan, Jakarta Barat dan juga Jakarta Timur (Databoks, 2020). Berikut ini terdapat jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman di Indonesia.

TABEL 1

Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman

No.	Provinsi	Jumlah Rumah Makan
1.	Aceh	21
2.	Sumatera Utara	235
3.	Sumatera Barat	91
4.	Riau	376
5.	Jambi	38
6.	Sumatera Selatan	180
7.	Bengkulu	25
8.	Lampung	95
9.	Kep. Bangka Belitung	23
10.	Kepulauan Seribu	114
11.	DKI Jakarta	3.182
12.	Jawa Barat	1.201

TABEL 1
Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman (Lanjutan)

13.	Jawa Tengah	297
14.	D.I Yogyakarta	163
15.	Jawa Timur	681
16.	Banten	581
17.	Bali	397
18.	Nusa Tenggara Barat	29
19.	Nusa Tenggara Timur	25
20.	Kalimantan Barat	46
21.	Kalimantan Tengah	26
22.	Kalimantan Selatan	63
23.	Kalimantan Timur	103
24.	Kalimantan Utara	19
25.	Sulawesi Utara	47
26.	Sulawesi Tengah	4
27.	Sulawesi Selatan	144
28.	Sulawesi Tenggara	20
29.	Gorontalo	10
30.	Sulawesi Barat	2
31.	Maluku	20
32.	Maluku Utara	24

TABEL 1
Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman (Lanjutan)

33.	Papua Barat	3
34.	Papua	19
Jumlah Indonesia		8.304

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Melalui tabel tersebut, terlihat bahwa DKI Jakarta adalah provinsi yang memiliki jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman terbanyak jika dibandingkan dengan provinsi lainnya. Salah satunya adalah Pantai Indah Kapuk I atau yang biasa disingkat dengan sebutan PIK I yang berada di wilayah Jakarta Utara. Daerah ini sangat bertumbuh sehingga memberikan suatu perubahan besar yang positif untuk masyarakat yang berada di lingkungan sekitar serta memanfaatkan wilayah dengan baik. Pantai Indah Kapuk I mulai di pasarkan pada tahun 2013 dan awalnya kurang mendapatkan kesan yang baik dikarenakan terdapat banyak lahan kosong dan tidak ada prospek perkembangan (Sedayu, 2019). Namun seiring dengan berjalannya waktu, Agung Sedayu Group mulai mengembangkannya mulai dari beberapa tempat wisata, jalan tol, sekolah, universitas, rumah sakit serta tempat ibadah. Selain itu berdasarkan Badan Pusat Statistik, daerah Jakarta Utara mengalami perkembangan ekonomi dan terdapat tiga sektor yang menjadi pertumbuhan utama yaitu sektor industri pengolahan sebesar 2,46%, sektor perdagangan, hotel serta restoran yang memiliki nilai sebesar 1,07% serta yang terakhir sektor pengangkutan dan komunikasi sebesar 0,71%. Jumlah penduduk pun memiliki

pengaruh yang besar terhadap perkembangan tersebut. Berikut ini adalah kenaikan jumlah penduduk khususnya di daerah DKI Jakarta:

TABEL 2
Jumlah Penduduk DKI Jakarta

Kelompok Umur	Jumlah		
	2018	2019	2020
0-4	905.941	888.844	661.018
5-9	927.365	940.893	893.762
10-14	765.642	785.054	874.865
15-19	710.184	720.094	825.828
20-24	784.252	756.189	818.069
25-29	965.850	929.123	835.638
30-34	1.032.201	1.023.219	861.109
35-39	971.281	983.591	974.357
40-44	841.960	861.840	913.386
45-49	712.011	730.336	799.344
50-54	590.947	610.235	670.571
55-59	466.794	485.560	526.403
60-64	340.245	359.213	377.636
65+	452.956	483.619	530.102
Jumlah	10.467.629	10.557.810	10.562.088

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021)

Setiap tahunnya DKI Jakarta yang terbagi menjadi Jakarta utara, Jakarta Barat, Jakarta Pusat dan juga Jakarta Selatan mengalami kenaikan jumlah penduduk sehingga kebutuhan pokok masyarakat yaitu makanan dan minuman juga perlu ditingkatkan. Berikut ini adalah data kependudukan Jakarta Utara:

TABEL 3
Jumlah Penduduk Jakarta Utara

Kecamatan	Jumlah Penduduk		
	2018	2019	2020
Penjaringan	309,287	315,511	321,802
Pademangan	166,240	169,102	169,582
Tanjung Priok	409,572	418,014	419,795
Pantai Indah Kapuk	335,326	344,186	348,817
Kelapa Gading	140,735	143,043	144,219
Cilincing	420,731	430,102	440,247
Jumlah	1,781,882	1,819,958	1,844,462

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Dari data yang berada di dalam tabel pengambilan data mulai dari tahun 2018, kependudukan di daerah Jakarta Utara secara keseluruhan mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun ke tahun. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, maka angka pengeluaran masyarakat pun semakin tahun akan semakin meningkat. Berikut ini adalah peningkatan pengeluaran masyarakat untuk makanan dan minuman:

TABEL 4
Pengeluaran untuk Makanan dan Minuman

Jenis Pengeluaran	2018	2019	2020
Makanan dan Minuman	381,625	406,777	432,168

Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data-data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa industri wisata kuliner terus mengalami pertumbuhan seiring dengan berkembangnya zaman. Teknik pengolahan makanan pun semakin bervariasi dan termodifikasi, salah satu contohnya seperti *blow torch* yang sangat populer pada awal tahun 2017 hingga sekarang (Solopos, 2017). Nama dari teknik ini berasal dari alat yang digunakan dan menyerupai tabung gas kecil serta dapat mengeluarkan api. Fungsi dari alat ini adalah untuk memberikan tekstur yang lebih renyah di permukaan makanan, memberikan aroma yang lebih sedap (Solopos, 2017). Penyajian makanan melalui teknik ini lebih menarik dikarenakan memiliki keunikan dan cita rasa tersendiri.

Jika jumlah penduduk naik dan penyediaan makanan dan minuman semakin berkembang maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat akan bersedia untuk menikmati produk dan jasa yang sebuah tempat makan sajikan. Melalui data-data tersebut dapat disimpulkan juga wisata kuliner merupakan salah satu industri yang bersifat baik untuk ditekuni dan penulis terinspirasi untuk membuka bisnis dalam bidang wisata kuliner yang bernama *Torcheat*. *Torcheat* terinspirasi dari dua suku kata yaitu *torch* dan *eat*, *torch* yang mewakili teknik memasak yang digunakan oleh restoran. *Torcheat* akan menggunakan teknik memasak *blow torch* atau *baked*. Serta kata *eat* dimana penulis berharap menu-menu yang disajikan oleh *torcheat* dapat menggugah selera makan dari para tamu. Penulis pun berharap *Torcheat* mampu membawa dan memberikan dampak positif terhadap kawasan lingkungan sekitar Pantai Indah Kapuk I.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Sebuah tujuan dalam studi kelayakan bisnis sangat penting dikarenakan dapat menjadi pedoman dalam membangun sebuah usaha sehingga seluruh usaha yang dilakukan untuk mencapai tujuan akan bersifat lebih efisien. Studi kelayakan *Torcheat* memiliki berbagai macam manfaat terutama untuk penulis sendiri dikarenakan penulis menjadi jauh lebih paham dan mengerti secara detail terhadap bisnis yang akan dibangun. *Torcheat* memiliki beberapa tujuan yang diklasifikasikan menjadi 2 yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*).

Berikut ini adalah tujuan utama (*major objectives*) yang hendak dicapai:

1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan salah satu tahap awal untuk merencanakan konsep-konsep yang dimiliki dalam ingin membangun suatu bisnis (Harini, 2020). Tidak hanya berbicara mengenai strategi yang digunakan untuk menjual produk, namun dalam aspek ini penulis dapat mengetahui dan menganalisis jenis-jenis permintaan dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh lingkungan pasar dimana produk tersebut akan dijual. Dengan adanya aspek ini maka *Torcheat* mampu menciptakan serta menjual produk di lingkungan yang sesuai dan tepat.

2. Aspek Operasional

Menurut Parinduri et al., (2020), aspek operasional merupakan salah satu bentuk pengelolaan perusahaan secara menyeluruh yang dapat mempengaruhi kelancaran sebuah bisnis. Semakin besar sebuah

bisnis yang ingin dibangun maka semakin besar juga kebutuhan operasional yang perlu dilengkapi dan begitupun sebaliknya. Walaupun *Torcheat* bukan salah satu jenis restoran besar, namun *Torcheat* tetap membutuhkan aspek ini agar bisnis dapat berjalan dengan baik.

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Setiap usaha bisnis yang membutuhkan sumber daya manusia dapat dipastikan membutuhkan suatu pedoman serta peraturan yang bermanfaat agar sistem operasional sumber daya manusia dapat berjalan dengan baik, efektif dan efisien (Sulasih et al., 2021). Aspek ini diperlukan saat ingin membangun bisnis agar tujuan bisnis dapat dicapai dengan proses yang benar dan teratur sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan. Aspek sumber daya manusia merupakan salah satu pusat kegiatan bisnis berlangsung dikarenakan dukungan dari kemampuan yang dimiliki oleh setiap individu.

4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu dari sekian aspek yang menjadi sumber keberhasilan sebuah bisnis. Aspek ini akan mencatat seluruh transaksi yang melibatkan uang dan seluruh kondisi keuangan sebuah perusahaan (Soekarno et al., 2021). Alangkah baiknya jika aspek ini dibuat sebaik dan sejelas mungkin agar perusahaan dapat mengetahui estimasi besar biaya yang diperlukan agar perusahaan dapat terus berjalan dengan baik dan menguntungkan. Jika aspek ini dilaksanakan dengan tepat maka pemilik bisnis dapat memperkirakan

keadaan dimana modal awal saat pembangunan bisnis sudah kembali dan memperoleh keuntungan.

Berikut ini adalah sub tujuan (*minor objectives*) yang hendak dicapai oleh penulis :

1. Menciptakan serta menyediakan lapangan pekerjaan dan pengalaman baru untuk masyarakat yang berada di wilayah Jakarta Utara maupun sekitarnya.
2. Memperkenalkan produk dan inovasi baru dalam bidang *food and beverage* kepada masyarakat dengan menggunakan teknik memasak *torch* maupun *baked*.
3. Memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam makanan dan minuman.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis, penulis membutuhkan data pendukung yang bermanfaat agar *Torcheat* dapat berjalan dengan baik berdasarkan dari data yang sudah dikumpulkan. Data yang diperoleh oleh penulis berasal baik dari melakukan riset yang telah ditentukan maupun mengumpulkan data-data yang sudah ada dan dapat dijadikan sebagai sebuah pedoman. Data yang didapatkan oleh penulis bersifat akurat, reliabel serta valid dan dapat dipertanggung jawabkan.

Berikut ini adalah beberapa data yang didapatkan oleh penulis saat melakukan pengumpulan data, dibagi menjadi dua teknik yaitu primer dan sekunder :

1. Data Primer

Menurut Surgiarto (2017) data primer adalah jenis data yang didapatkan oleh penulis melalui sumber pertama. Sumber pertama merupakan hasil dari penelitian yang diadakan oleh penulis itu sendiri salah satu contohnya seperti kuesioner. Jenis sumber data ini akan membuat penulis mengetahui apakah target pasar yang dituju sudah sesuai dengan produk yang sudah direncanakan. Pengumpulan data primer yang dilakukan oleh penulis juga dilaksanakan melalui beberapa metode yaitu:

a. Metode Kuesioner

Metode kuesioner biasanya berhubungan erat dengan survei, kegiatan ini bertujuan untuk mengumpulkan data langsung dari target pasar yang dituju. Berdasarkan Nugroho (2018), terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun sebuah kuesioner agar data yang didapatkan bermanfaat baik untuk penulis yaitu:

1) Pemilihan topik

Sebelum menyusun pertanyaan, lebih baik jika penulis sudah mengetahui dan menguasai produk yang dibangun. Hal tersebut bertujuan agar pertanyaan yang disajikan berhubungan dengan kepentingan informasi yang dibutuhkan oleh sang penulis.

2) Pengukuran variabel

Dalam pengukuran variabel yang dituju adalah hal atau informasi apa yang ingin didapatkan oleh penulis. Jika berbicara mengenai *Torcheat*, maka informasi yang ingin didapatkan adalah konsep produk yang diciptakan sesuai dan menarik minat masyarakat sekitar serta strategi yang digunakan untuk mendapatkan target pasar sudah sesuai dengan yang diharapkan.

3) Pemilihan metode

Terdapat beberapa metode pengumpulan data yang mampu dilakukan seperti wawancara secara langsung, wawancara *online*, namun untuk *Torcheat* sendiri akan menggunakan kuesioner sebagai sarana informasi data.

b. Observasi

Metode observasi mampu memberikan gambaran antara penjual dan pembeli. Penjual mampu mengetahui kurang lebih ekspektasi seperti apa yang diharapkan oleh para pembeli. Aspek-aspek yang diobservasi tentunya harus hal-hal yang berhubungan dekat dan berkaitan dengan bisnis yang bersangkutan. Menurut Anggito & Setiawan (2018), observasi merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengetahui informasi dalam konteks tertentu dan memberikan pemahaman antar penjual dan pembeli.

c. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), uji validitas adalah salah satu pengujian dari hasil kuesioner yang telah dibagikan, uji ini dapat mengidentifikasi dan mengukur hasil data bersifat valid atau tidak untuk penelitian yang akan dilanjutkan. Dalam menentukan sebuah teknik pengukuran data di sebuah penelitian bukanlah hal yang mudah, oleh karena itu dengan adanya uji validitas ini dapat ditentukan teknik yang digunakan sudah sesuai dengan jenis penelitian.

d. Uji Reabilitas

Berbeda dengan uji validitas, uji reabilitas akan menunjukkan konsistensi data atau konsep yang diperoleh dari hasil observasi yang telah dilaksanakan (Sekaran & Bougie, 2016). Uji reabilitas ini dapat mengukur konsep yang telah ditetapkan dan digunakan oleh *Torcheat* sudah stabil dan konsisten dalam jangka waktu yang panjang.

2. Data Sekunder

Berdasarkan Sugiarto (2017), data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain, penulis atau peneliti yang sudah melakukan penelitian data terlebih dahulu. Data-data tersebut dapat dijadikan sumber informasi dan panduan untuk perencanaan pembangunan dalam bidang *food and beverage* yang peneliti laksanakan untuk *Torcheat*. Data sekunder yang diperoleh oleh penulis berasal dari beberapa sumber yaitu Badan Pusat Statistik, buku, *website* resmi, karya ilmiah dan beberapa sumber pendukung lainnya.

D. Tinjauan Konseptual

1. *Food and Beverage*

Sesuai dengan nama dari industri itu sendiri yaitu *food and beverage* maka industri ini bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Persediaan makanan dan minuman saat berada jauh dari rumah dapat disebut sebagai salah satu kegiatan dari industri perhotelan (Davis et al., 2017). Jadi dalam industri perhotelan tidak hanya berbicara mengenai akomodasi tempat tinggal yang disediakan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan keinginan pelanggan saja. Industri makanan dan minuman memang sangat berhubungan erat dengan produk yang disajikan dan dihasilkan namun kualitas pelayanan juga sangat penting untuk diperhatikan. Menurut Cousins & Weekes (2020), jenis-jenis variasi pelayanan disediakan untuk meraih dan mencapai keinginan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dalam waktu dan kondisi tertentu. Contohnya, mungkin pada *weekdays* pelanggan merupakan pelanggan bisnis sehingga membutuhkan pelayanan yang lebih cepat dibandingkan biasanya dikarenakan tidak memiliki waktu luang yang banyak. Namun bisa saja pada hari *weekend* pelanggan memiliki waktu luang yang lebih dikarenakan berpergian bersama keluarga. Oleh karena itu sebuah pemilik dan pekerja restoran harus mampu menganalisis keadaan dan keinginan pelanggan sehingga pelayanan yang diberikan dapat memuaskan.

2. Restoran

Menurut Putri (2018), restoran adalah salah satu jenis industri yang memiliki ilmu pengetahuan yang sangat luas mengenai pelayanan dalam bidang

makanan dan minuman. Setiap restoran memiliki standar pelayanan serta fasilitas yang berbeda-beda tergantung berdasarkan kebutuhan dan jenis restoran itu sendiri. Berdasarkan (Sumarsono, 2016), kata-kata restoran pertama kali ditemukan di negara Perancis yang disebut sebagai *restaurer* dan memiliki arti pembangkit tenaga dan hal tersebut berbicara dalam hal makanan. Namun kata tersebut mulai diserap ke dalam bahasa masing-masing tiap negara. Restoran dapat disebut sebagai salah satu istilah yang mencakup berbagai macam kegiatan yang terjadi saat sistem operasional berlangsung seperti harga, pelayanan, produk yang dijual serta dekorasi dan suasana yang dibangun (Cousins & Weekes, 2020).

3. Pasta

Pasta merupakan salah satu hidangan yang terkenal dan diketahui banyak masyarakat berasal dari negara Eropa, tepatnya dari negara Italia. Sejarah mengenai asal usul pasta masih diperdebatkan sehingga belum ada yang diyakinkan benar, namun berikut ini adalah beberapa sejarah mengenai pasta (Fridayani, 2020). Pada awal mulanya pasta memasuki wilayah China dan dibawa oleh Marcopolo pada abad ke-13. Marcopolo berpendapat bahwa pasta berasal dari pohon yang sekarang dinamakan sebagai pohon sagu, pohon yang menghasilkan tepung. Namun sejarah tersebut ditentang, mengatakan bahwa pasta berasal dari pelancong yang berada di Venesia dan berasal dari negara tersebut. Pada saat Marcopolo melakukan perjalanan pada tahun 1270-an beliau menemukan seorang prajurit yang berada di kota Genoa, Italia Utara. Prajurit tersebut membawa sekeranjang makaroni, yang merupakan salah satu jenis dari

pasta. Berikutnya berasal dari ahli Geografi Muslim Al-Idrisi yang mengemukakan bahwa beliau menyaksikan bahwa pasta awal mulanya di produksi di Sisilia. Sampai sekarang masih belum ada kejelasan mengenai asal usul pasta, namun yang pasti bahwa pasta berasal dari negara Eropa.

Berbicara mengenai pasta, baik dalam jenis maupun menu sangat bervariasi dan berdasarkan Unilever (2021), terdapat beberapa jenis pasta dan berikut ini adalah jenis pasta yang digunakan oleh penulis :

a. Spaghetti

Jenis pasta ini bisa disebut paling populer dan mudah ditemukan dipasaran. Berbentuk panjang seperti lidi, padat dan tidak berlubang. Dalam jenis ini juga terdapat *angel hair* yang bentuknya sama namun memiliki diameter yang lebih kecil sehingga helaiannya menjadi sangat halus. *Spaghetti* terbagi menjadi dua berdasarkan bahan dasar yaitu tepung gandum utuh sehingga membuat *spaghetti* menjadi warna coklat dan tepung gandum varietas durum yang membuat *spaghetti* menjadi warna kuning.

b. Makaroni

Berbeda dengan *spaghetti* yang berbentuk seperti mie pada umumnya, makaroni memiliki tengah yang berlubang. Namun berdasarkan bentuknya juga makaroni terbagi menjadi dua jenis yaitu makaroni panjang yang bentuknya menyerupai *spaghetti* namun diameter lebih besar dan terdapat lubang ditengahnya dan berikutnya

makaroni yang menyerupai pipa melengkung. Bentuk dan ukuran makaroni dapat disesuaikan dengan menu.

c. Fusilli

Jenis pasta ini tergolong unik dikarenakan bentuk dari pasta menyerupai spiral dan memiliki beberapa variasi warna berdasarkan bahan dasar pembuatan yang ditambahkan tomat, bayam dan wortel.

d. Penne

Di Indonesia, pasta ini dapat disebut menyerupai kwetiau dikarenakan lebar dan pipih. Warna dari fettuccine juga dapat dikombinasikan dengan pewarna makanan seperti fusilli. Hidangan paling umum untuk jenis pasta ini adalah fettuccine alfredo.

Namun meski memiliki jenis yang berbeda-beda, pasta memiliki bahan dasar yang sama yaitu tepung yang merupakan hasil gilingan biji gandum. Proses pemasakan pasta juga dapat disesuaikan dengan selera masing-masing, tetapi jika proses masak dilakukan dengan benar dan baik maka akan menghasilkan tingkat kematangan yang sempurna dengan tekstur yang sedikit kenyal atau yang biasa disebut dengan *al dante*.

4. *American Service*

Terdapat berbagai macam jenis pelayanan yang dapat digunakan oleh sebuah restoran, salah satunya adalah *American service*. Jenis pelayanan ini adalah saat makanan dan minuman sudah dipersiapkan di dapur dan dibantu oleh para *server* untuk menyajikannya kepada para tamu (Dahmer, 2018). Jenis pelayanan ini termasuk jenis pelayanan yang cepat dan sederhana karena

biasanya digunakan oleh restoran yang bersifat *casual*. Jumlah peralatan makan dan minum yang digunakan pun tergolong berdasarkan waktu makan, untuk sarapan dan makan siang dapat dibilang sedikit sedangkan untuk makan malam dibutuhkan lebih banyak.

5. Menu

Menu merupakan salah satu buku yang berisi mengenai informasi mengenai produk yang dijual oleh suatu restoran dan dapat disebut sebagai salah satu cara komunikasi (Dahmer, 2018). Konten dari buku menu terbagi menjadi beberapa bagian yang dapat digolongkan mulai dari kategori dan spesialisasi dari produk tersebut. Biasanya menu menampilkan produk mulai dari yang sering dikonsumsi hingga produk-produk pendukung saja. Selain itu di dalam buku menu dapat memberikan gambaran umum maupun informasi mengenai produk tersebut sehingga para tamu mampu mendapatkan gambaran kasar mengenai produk makanan dan minuman yang dijual oleh suatu restoran.

6. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan seluruh teori penjabaran diatas, *Torcheat* dapat dikategorikan sebagai salah satu industri yang menjual makanan dan minuman dan konsep dari bisnis ini adalah restoran yang tidak terikat dengan perusahaan lain. *Torcheat* akan berlokasi di Pantai Indah Kapuk I tepatnya di Jl. Rukan Beach View Blok A no 19 yang memiliki sistem operasional mulai dari hari Senin-Minggu dari pukul 11.00-21.00, restoran ini akan menyajikan menu utama yaitu variasi dari makanan pembuka, makanan utama hingga makanan penutup serta menu tambahan lainnya seperti minuman dan juga sup. Pelanggan

dapat menikmati makanan dan minuman secara *dine-in* maupun *take away*, serta dengan tujuan untuk mempermudah proses pembelian *Torcheat* akan bekerja sama dengan beberapa perusahaan pemesanan *online* seperti *Grabfood*, *Gofood* dan *Shopeefood*. Untuk mempermudah proses pembayaran *Torcheat* akan bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti BCA, Mandiri dan OVO.

Nama *Torcheat* terinspirasi dari bahasa Inggris yang terdiri dari dua suku kata yaitu *torch* sebagai bentuk teknik memasak yang digunakan yaitu seluruh menu dimasak dengan teknik *torch* atau *bake*. Namun kata *keda* berasal dari kata *eat* yang penulis harapkan *Torcheat* dapat menggugah selera makan para tamu. Sadar akan pentingnya untuk menjaga kesehatan dan kebersihan *Torcheat* akan menerapkan beberapa protokol kesehatan dan meminimalisir sarana penyebaran *Covid-19* seperti mengutamakan pembayaran yang bersifat non tunai, selalu memeriksa suhu para karyawan sebelum memulai bekerja, menyediakan *hand sanitizer* di meja *cashier* dan juga pesanan yang di *take away* akan diberikan tali segel plastik. Dengan tujuan untuk mengurangi jumlah kerumunan orang yang berada di *Torcheat*, *Torcheat* akan memberlakukan jaga jarak serta maksimal kapasitas terhadap setiap tempat duduk. *Torcheat* akan menjadi salah satu restoran yang mendukung program *eco-friendly* yaitu dengan menggunakan plastik berbahan dasar daun singkong yang lebih mudah terurai dibandingkan dengan plastik pada umumnya.

