

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan industri yang berkembang pesat dan juga memiliki nilai bisnis yang cukup prospektif (Sukmana, et al. 2021). Hal ini dijelaskan oleh Santoso (2021), bahwa pariwisata mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia, khususnya sebagai penghasil devisa negara. Hal ini dapat dilihat dari tren pariwisata tahun 2020, perjalanan wisata dunia akan mencapai 1,6 miliar orang.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) mencatat hingga Desember 2020, kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 4.025.923 kunjungan. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno, penerimaan devisa negara dari sektor pariwisata pada tahun 2020 diproyeksikan empat hingga tujuh miliar dollar Amerika Serikat (Subekti 2021).

Pengertian pariwisata menurut KBBI adalah sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi. Revinda, Erika, et al., (2020) menjelaskan pariwisata adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang secara berpindah-pindah dari suatu tempat ke tempat lain secara berulang-ulang untuk sementara waktu dengan tujuan menikmati keindahan alam dan bukan untuk mencari nafkah.

Menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai

fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah. Berbagai macam usaha pariwisata menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 14, antara lain: daya tarik wisata, kawasan wisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata. Jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

Dari penjelasan tersebut diketahui bahwa salah satu usaha pariwisata adalah jasa makanan dan minuman. Restoran merupakan salah satu usaha penyediaan makanan dan minuman. Restoran dapat diartikan sebagai usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian, disuatu tempat yang tidak berpindah-pindah (Bafadhal, 2018).

Rata-rata pengeluaran per kapita setiap bulan di Indonesia pada tahun 2019 adalah Rp. 1.165.241. Sebanyak 49,13% dari jumlah pengeluaran digunakan untuk makanan Rata-rata pengeluaran per kapita setiap bulan di Indonesia pada tahun 2020 adalah Rp. 1.225.684. Sebanyak 49,22% dari jumlah pengeluaran digunakan untuk makanan, dan sisanya digunakan untuk pengeluaran selain makanan. Dari kedua data tersebut dapat dibandingkan bahwa jumlah pengeluaran per kapita pada tahun 2020 meningkat sejumlah 0.09%. Dalam rupiah peningkatan sebesar Rp. 30.684 per bulan (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2020).

Tabel 1 menunjukkan data dari tahun 2020 dimana terjadi inflasi pada kelompok penyediaan makanan dan minuman/ restoran.

TABEL 1
Perkembangan Inflasi Tahunan Kelompok Penyediaan Makanan dan Minuman/ Restoran Triwulan IV 2020 di Provinsi Bengkulu

No	Komoditas	Inflasi (%)
1	Jasa Pelayanan Makanan dan Minuman	1.34

Sumber: Bank Indonesia (2021).

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat terjadinya inflasi pada triwulan IV tahun 2020 terhadap Jasa Pelayanan Makanan dan Minuman sebesar 1,34%. Inflasi terjadi dikarenakan mulai beroperasinya beberapa restoran pasca kebijakan pembatasan sosial. Peningkatan konsumsi masyarakat ini yang menyebabkan peningkatan inflasi yang terjadi pada kelompok Jasa Pelayanan Makanan dan Minuman. Hal ini menjadi bukti restoran di Kota Bengkulu sudah bangkit dan beroperasi.

TABEL 2
Restoran Baru di Kota Bengkulu Tahun 2021

No	Nama Restoran	Jenis Masakan
1	Lavenrice	Indonesia, eropa, dan premium steak
2	Japan Point	Jepang
3	Hopeng	Korea dan Western
4	Steak Indo	Steak
5	Lollipop	Indonesia

Sumber: Hasil Olahan Data (2021).

Tabel 2 menunjukkan data restoran baru di Kota Bengkulu yang buka pada tahun 2021. Data tersebut menunjukkan bisnis restoran di Kota Bengkulu sudah kembali pulih. Adanya restoran baru yang buka menunjukkan peluang yang bagus untuk membuka usaha restoran. Hal ini yang menjadi penentu penulis untuk membuka restoran baru di Kota Bengkulu.

TABEL 3
Angka Konsumsi Ikan (AKI) Masyarakat Bengkulu

Satuan: Kg/ Kapita

No	Provinsi	Tahun	
		2017	2018
1	Bengkulu	53,36	54,65
	Jumlah	47,34	50,69

Sumber: Kementerian Kelautan dan Perikanan (2019).

Tabel 3 menjelaskan konsumsi ikan masyarakat di Bengkulu tahun 2017 yaitu 53,36 kg/ kapita dimana lebih tinggi dari jumlah rata-rata tahun 2017 yaitu 47,34 kg/kapita. Pada tahun 2018 konsumsi ikan di Bengkulu mengalami peningkatan menjadi 54,65 kg/kapita dimana lebih tinggi dari jumlah rata-rata tahun 2018 yaitu 50,69 kg/kapita. Dari data tersebut dapat disimpulkan konsumsi ikan masyarakat di Bengkulu tinggi. Hal ini mayakinkan penulis untuk membuat restoran dari olahan ikan.

TABEL 4
Restoran Terpopuler di Kota Bengkulu

Peringkat	Nama Restoran
1	Bencoolen Coffee House
2	Sembam Marola
3	Pempek Buffet Betty
4	Pindang 77
5	Sumpit Mas
6	Kampoeng Pesisir
7	Rumah Makan Kerapu
8	Pempek Cek Toni
9	Warung Kopi Palembang
10	Pempek Saskia
11	Rumah Makan Semalam Suntuk
12	Inga Raya
13	Rumoh Atjeh

TABEL 4 (Lanjutan)
Restoran Terpopuler di Kota Bengkulu

Peringkat	Nama Restoran
14	Aloha
15	Edu Coffee
16	Kopi Tiam Mama Ling
17	Tanjung Karang
18	Pondok Selero
19	Dine & Chat
20	Bebek Sambal Pecut
21	Dailycious Cafe & Resto
22	Ikan Bakar Jingkrak
23	Restoran Sari Eco
24	Qori Seafood
25	Pizza Hut

Sumber: Trip Advisor (2022).

Dari tabel 4 dapat dilihat dari 25 restoran terpopuler di Kota Bengkulu, tiga diantaranya merupakan restoran pempek. Data ini menunjukkan bahwa restoran pempek yang populer di Kota Bengkulu masih sedikit dan pempek merupakan makanan yang populer di Kota Bengkulu dikarenakan peringkat yang paling rendah untuk restoran pempek adalah peringkat ke-10. Hal ini menunjukkan peluang yang bagus bagi penulis untuk membuka restoran pempek di Kota Bengkulu.

TABEL 5
Restoran Pempek di Kota Bengkulu yang Bertahan di Pasar
Dalam Lima Tahun Sejak Dibuka

Nama Restoran	Lokasi
Pempek Buffet Betty	Tanah Patah
Pempek Cek Toni	Jembatan Kecil
Pempek Saskia	Jalan Gedang

Sumber: Hasil Olahan Data (2022).

Dari tabel 4 dan 5 dapat dilihat lokasi restoran pempek yang populer berada di Tanah Patah, Jembatan Kecil, dan Jalan Gedang. Jadi bisa disimpulkan

bahwa belum terdapat restoran pempek yang populer di Panorama dimana Pempek Gaspoll akan dibuka. Selain itu, ketiga restoran tersebut dapat bertahan di pasar dalam lima tahun sejak dibuka, hal ini menunjukkan bahwa usaha pempek dapat bertahan lama di pasaran sehingga menjadi peluang yang bagus untuk membuka restoran pempek.

Peluang usaha pempek memiliki peluang yang bagus untuk jangka waktu lama dan merupakan peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Walaupun banyak yang membuka usaha pempek, bisnis pempek masih banyak pembelinya (Sahli, 2017).

Sektor pariwisata yang berkembang pesat dan meningkatnya pengeluaran penduduk terhadap kelompok makanan membuat penulis tertarik untuk membuat studi kelayakan bisnis di bidang industri restoran. Penduduk Kota Bengkulu yang mulai beradaptasi dengan keadaan pandemi Covid-19 memberikan potensi yang bagus untuk mendirikan restoran baru. Pendirian restoran pempek ini di Kota Bengkulu. Tepatnya di Jalan Danau, Panorama, Kecamatan Singaran Pati. Lokasi ini dipilih sebagai lokasi Pempek Gaspoll karena lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau.

Gaspoll merupakan nama yang dipilih penulis untuk restoran pempek yang akan didirikan. Gaspoll merupakan kata gaul yang dapat diartikan melaju kencang dengan kecepatan penuh. Penulis mengharapkan Pempek Gaspoll menjadi restoran yang memberikan pelayanan dengan cepat. Selain itu penulis juga berharap Pempek Gaspoll akan cepat maju dan berkembang.

B. Tujuan Studi Kelayakan

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

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

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

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Menganalisis permintaan dan penawaran pasar.
- 2) Menganalisis segmentasi, target dan posisi bisnis dalam pasar.
- 3) Menganalisis bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, pemrograman, kerjasama, dan paket.

b. Aspek operasional

- 1) Menganalisis pemilihan lokasi dan teknologi.
- 2) Menganalisis jenis aktivitas dan fasilitas untuk operasional bisnis.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Menganalisis pengembangan sumber daya manusia.
- 2) Menganalisis pengorganisasian perusahaan.

d. Aspek keuangan

- 1) Menganalisis kebutuhan dana yang dituangkan pada berbagai laporan keuangan untuk mengukur perkiraan keuntungan yang akan diperoleh.

Dengan melakukan analisis aspek-aspek di atas, diharapkan pengusaha dapat mengurangi resiko kerugian, mempermudah perencanaan, mempermudah pelaksanaan pekerjaan dan mempermudah pengendalian. Bisnis yang diharapkan adalah bisnis yang menghasilkan keuntungan dan bertahan lama, sehingga melalui studi kelayakan bisnis ini, dapat merubah beberapa hal yang menyebabkan resiko besar dalam bisnis.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

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

- a. Membantu meningkatkan jumlah konsumsi olahan ikan.
- b. Membantu mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.
- c. Berperan dalam pergerakan ekonomi dari sektor makanan dan minuman di Kota Bengkulu.
- d. Menciptakan usaha yang dapat memberikan pengalaman baru dengan mencoba konsep restoran pempek yang berbeda.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll, diperlukan metode untuk mendapatkan data yang objektif. Penelitian merupakan aktivitas untuk menelusuri sebuah masalah spesifik dengan tujuan mencari jawaban atau solusi untuk permasalahan tersebut yang dilakukan dengan terorganisir, sistematis, kritis, serta objektif (Sekaran & Bougie, 2020).

Penelitian kuantitatif merupakan penelitian untuk mendapatkan data dalam bentuk angka yang umumnya dikumpulkan dengan pertanyaan terstruktur.

Sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data berupa kata-kata yang dihasilkan melalui jawaban wawancara (Sekaran & Bougie, 2020).

Studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengetahui dan mengelola data dari responden yang sudah mengisi kuesioner sehingga dapat mengetahui kondisi pasar yang sebenarnya.

Sumber data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder (Sekaran & Bougie, 2020). Studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll menggunakan kedua sumber data tersebut, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk tujuan khusus penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang sudah disusun secara terstruktur yang digunakan untuk merekam jawaban dari responden secara tertulis untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Sekaran & Bougie, 2020). Kuesioner memiliki kegunaan untuk dapat menyediakan informasi data demografis responden seperti usia, umur, pekerjaan, jenis kelamin, tempat tinggal, dan lainnya, serta mengetahui keinginan dari konsumen. Kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu

personally administered questionnaires yaitu kuesioner yang disebarakan dalam jangka waktu relatif pendek yang dimana peneliti langsung menyebarkan kuesioner tersebut dan *mail and electronic questionnaires* yaitu kuesioner yang disebarakan melalui berbagai media, seperti *e-mail, messenger*, dan lainnya yang digunakan saat responden mencakup wilayah yang luas (Sekaran & Bougie, 2020).

1) Target Populasi

Populasi adalah keseluruhan kelompok atau suatu kejadian yang akan diteliti dalam suatu penelitian (Sekaran & Bougie, 2020).

Pempek Gaspoll menargetkan masyarakat yang berdomisili di daerah Kota Bengkulu dan sekitarnya dikarenakan lokasi dari Pempek Gaspoll di wilayah Panorama, Kota Bengkulu, dengan usia 20-44 tahun.

2) *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan jika jumlah dari sebuah populasi sudah diketahui (Sekaran & Bougie, 2020).

a) *Simple Random Sampling*

Dalam metode ini setiap anggota dalam populasinya memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel

b) *Systematic Sampling*

Metode ini menggunakan pola dalam pemilihan dari sebuah populasi secara acak dan selanjutnya dipilih dengan kelipatan yang sama.

c) *Stratified Random Sampling*

Menggunakan random sampling untuk memilih responden dari setiap anggota kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik.

d) *Cluster Sampling*

Fokus kepada sebagian kecil dari populasi dikarenakan populasi yang terlalu besar. Sehingga mengelompokkan sampel ke dalam unit-unit.

3) *Non Probability Sampling*

Non Probability Sampling adalah teknik yang digunakan dengan dasar pengetahuan peneliti sebagai dasar penelitian dan jumlah populasinya tidak dapat dipastikan

a) *Convenience Sampling*

Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang diinginkan dengan mudah dan cepat karena responden merupakan responden acak yang tersedia.

b) *Purposive Sampling*

Peneliti membatasi sampelnya untuk responden tertentu sesuai dengan informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian.

c) *Quota sampling*

Peneliti menentukan jumlah yang sama dari beberapa kelompok yang dapat mewakili.

Jenis kuesioner yang digunakan Pempek Gaspoll adalah mail and electronic questionnaires dimana peneliti membagikan kuesioner menggunakan media elektronik. Sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Hal ini dikarenakan kuesioner akan disebar kepada responden yang berada di wilayah Kota Bengkulu dan sekitarnya sesuai target populasi, namun tanpa adanya kriteria khusus dalam pengambilan kuesioner, sehingga seluruh responden dalam target populasi dapat mengisi kuesioner.

4) *Sample size*

Menentukan jumlah responden yang diperlukan untuk pengisian kuesioner adalah sebanyak jumlah pertanyaan dikalikan lima atau lebih (Ho, 2014). Studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll akan mengajukan 28 pertanyaan kepada responden. sehingga dibutuhkan minimal 140 responden.

5) *Sample Frame*

Kerangka sampel merupakan hal yang harus dipenuhi ketika menggunakan *probability sampling*, baik diperoleh melalui hasil listing sendiri maupun informasi yang telah ada. Apabila kerangka sampel sulit didapat, maka dapat menggunakan *non-probability sampling* (Rawung, 2020).

6) Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden di Kota Bengkulu untuk melihat apakah ada minat untuk berkunjung ke Pempek Gaspoll. Kuesioner akan disebarakan pada bulan November 2021 dengan rentang waktu satu minggu dari tanggal 13 November 2021 sampai tanggal 20 November 2021.

7) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan sebuah pengujian untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen penelitian dapat mengukur konsep tertentu yang akan diteliti. Sedangkan uji reliabilitas adalah pengujian untuk menentukan keandalan suatu ukuran untuk menunjukkan sejauh mana tindakan tersebut bebas dari kesalahan dan menghasilkan pengukuran yang konsisten dan berkaitan dengan waktu serta instrumen penelitian tersebut (Sekaran & Bougie, 2020). Untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas yang diperoleh dari responden pengisi kuesioner, diperlukan melakukan analisis data kuantitatif dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia atau sudah disajikan oleh orang lain, dimana peneliti tidak perlu mendapatkannya secara langsung dari narasumber (Sekaran & Bougie, 2020). Data sekunder yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini didapatkan dari studi pustaka buku, jurnal, artikel, statistik lembaga pemerintahan dan situs terpercaya yang digunakan sebagai dasar teori dan pengembangan pemikiran.

a. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung sebuah penelitian, dimana diharapkan mampu memberikan data yang akurat dan lebih spesifik dalam sebuah penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis ini adalah:

1) Kuesioner Tertutup

Kuesioner terbuka adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang tidak disediakan alternative jawaban. Sedangkan kuesioner tertutup adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang jawabannya telah disediakan sebagai pilihan jawaban pada setiap pertanyaan atau pernyataan, sehingga responden tinggal memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapatnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup Djaali (2020),

Pilihan dari pertanyaan dalam kuesioner tertutup yang disebarkan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah suatu teknik pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Macam-macam skala tersebut dapat berupa skala nominal, skala ordinal, skala rasio, dan skala interval dimana akan menghasilkan data nominal, ordinal, rasio, dan interval (Sugiyono, 2018). Skala likert yang digunakan

adalah skala likert enam angka, dengan tujuan tidak ditemukannya pilihan netral. Dalam skala likert enam angka, angka satu mewakili sangat setuju dan angka enam mewakili sangat tidak setuju. perinciannya sebagai berikut:

Angka 1 (satu)	= sangat setuju
Angka 2 (dua)	= setuju
Angka 3 (tiga)	= cenderung setuju
Angka 4 (empat)	= cenderung tidak setuju
Angka 5 (lima)	= tidak setuju
Angka 6 (enam)	= sangat tidak setuju

2) Studi Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan studi pustaka sebagai sumber data sekunder. Sumber-sumber yang digunakan berasal dari buku dan jurnal yang sudah dipublikasikan, seperti buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan metode penelitian, bisnis, keuangan, pariwisata, restoran, resep pempek. Dengan tujuan untuk mendapatkan pengertian, istilah, teori, dan metode yang berasal dari ahli dibidangnya.

3) Penelusuran Data *Online*

Metode penelusuran data *online* adalah sebuah tata cara menelusuri data melalui internet atau media jaringan lainnya yang disajikan melalui situs yang mendukung guna melengkapi penelitian (Bungin, 2017). Penelusuran data *online* yang

dilakukan oleh peneliti dalam menyusun studi kelayakan bisnis Pempek Gaspoll berasal dari jurnal *online*, dan situs-situs pemerintahan guna mendapatkan data yang akurat dalam bentuk angka maupun informasi tertulis lainnya.

D. Tinjauan Konseptual

1. Pengertian Restoran

Restoran adalah sebuah tempat yang dimana pengunjung menggunakan alat indra untuk menikmati pelayanan tertentu, dengan menyediakan makanan dan minuman kepada pengunjung (Walker, 2019).

Sedangkan menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014, restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba.

2. Sejarah Restoran

Sebelum istilah restoran ditemukan, suku Mesir dan Romawi kuno pada tahun 512 SM sudah menikmati makanan diluar. Saat itu, orang Mesir kuno hanya memiliki satu jenis menu untuk dipesan, sedangkan orang romari sudah memiliki toko roti dan pedagang kaki lima untuk menjual makanan (Walker, 2020).

Pada tahun 1.200 restoran mulai didirikan di London dan Eropa setelah kejatuhan Roma, namun restoran tidak menyediakan tempat duduk. Restoran dengan tempat duduk, menu, dan makanan yang disajikan dalam

porsi individual dibuka pertama kali di Perancis. Restoran tersebut bernama Grand Taverne de Londres. (Walker, 2020).

Setelah Revolusi Perancis berakhir, bisnis restoran berkembang pesat karena adanya arus urbanisasi dan munculnya kelas menengah dari kalangan orang-orang profesional dan kalangan bisnis. Pada saat itu, terdapat dua jenis restoran yang berdiri, yaitu restoran kasual yang menyajikan makanan sehari-hari dan fine dining, yaitu restoran dengan tampilan yang lebih eksklusif baik dari gedung, tata ruang, dan makanannya (Sumarsono, 2015).

3. Klasifikasi Restoran

Restoran dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori berdasarkan kepemilikan, yaitu *independent restaurant* yang merupakan restoran yang hanya dimiliki oleh satu atau dua orang pemilik yang terlibat langsung dalam operasional restoran dan *chain restaurant* yang merupakan restoran yang memiliki pasar, konsep, desain, pelayanan, makanan, dan nama yang sama (Walker, 2019).

Sedangkan klasifikasi restoran menurut jenisnya, restoran dapat dibedakan menjadi:

a. *Pop Up Restaurant*

Restoran yang biasanya ditemui saat festival. *pop up restaurant* dapat berupa booth, dimana pelanggan diwajibkan untuk membeli tiket masuk di awal sebelum menjumpai *pop up restaurant* dan membeli makanan.

b. *Food Truck*

Restoran yang didirikan di atas kendaraan dan biasanya dilakukan beberapa perubahan pada bentuk kendaraan, sehingga mampu dibawa berkeliling kemanapun tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk menyewa atau membeli lokasi dimana restoran didirikan.

c. *Quick Casual Restaurant*

Restoran ini menerapkan sistem *self-service* yang menyajikan dengan makanan dengan bahan baku yang berkualitas tinggi dan *service* yang terbatas.

d. *Quick Service Restaurant*

Quick service restaurant juga disebut dengan restoran cepat saji. Restoran dengan jenis ini memiliki menu yang terbatas dan harga yang terjangkau, dimana bahan makanan telah diolah dan pelayan akan menyajikan makanan dalam waktu singkat.

e. *Steak House*

Restoran ini menjadikan *steak* sebagai spesialisasi. Restoran akan menyajikan berbagai macam saus, berbagai jenis daging, dan berbagai jenis potongan daging.

f. *Seafood Restaurant*

Restoran ini menyediakan hidangan laut sebagai spesialisasi dengan beragam variasi hewan laut segar dimana pelanggan dapat memilih bahan makanan sendiri secara langsung untuk dimasak.

g. *Ethnic Restaurant*

Restoran ini memberikan pengalaman baru kepada pelanggan dengan menyajikan menu khas dan suasana dari suatu daerah tertentu.

h. Theme Restaurant

Restoran ini memiliki konsep tertentu yang unik, dengan menerapkannya pada seluruh aspek restoran tersebut. Makanan, minuman, desain, interior dan eksterior, seragam, pelayanan dari pramusaji, memiliki konsep yang unik sehingga membuat ciri khas tersendiri pada restoran tersebut.

i. Family Dining

Restoran ini menyediakan makanan dengan porsi yang besar sehingga dapat dibagi untuk beberapa orang atau anggota keluarga. Restoran ini juga menyediakan meja yang berukuran besar dengan jumlah kursi yang banyak.

j. Casual Dining

Restoran ini menyajikan menu yang sederhana dengan harga yang terjangkau, namun restoran ini masih memiliki kesan yang elegan, sehingga restoran dengan jenis *casual dining* cepat berkembang di masyarakat.

k. Fine dining

Restoran ini merupakan restoran yang menyediakan menu mewah dengan bahan berkualitas tinggi, serta harga makanan yang cukup mahal. Restoran ini memiliki desain yang elegan dan dekorasi yang eksklusif dengan layanan yang formal dan lengkap.

l. Coffee or Tea Shop

Restoran ini merupakan restoran yang menjadikan kopi dan/ teh sebagai spesialisasi. Teh akan disajikan dalam berbagai bentuk dan jenis

minuman. Restoran ini juga menjual hidangan penutup dan berbagai pilihan roti.

m. Chef-Owned Restaurant

Restoran ini merupakan restoran dengan seluruh menu dan desain restoran yang dirancang sesuai dengan keinginan dan pengalaman dari juru masak sebagai pemilik restoran tersebut.

n. Celebrity Restaurant

Restoran yang tingkat kepopulerannya dipengaruhi oleh tingkat kepopuleran seorang publik figure sebagai pemilik restoran.

4. Jenis-jenis Layanan Restoran

Menurut Walker (2019), tipe layanan restoran dibagi menjadi:

a. Self Service

Pegawai restoran tidak membantu pelanggan untuk mengantarkan makanan ke meja, melainkan pelanggan langsung memilih dan memesan makanan di *counter* yang telah disediakan dan membawa sendiri makanan tersebut ke meja.

b. The Carousel

Makanan yang sudah siap untuk di santap, hidangan makanan diletakkan pada rantai yang berjalan dan pelanggan dapat memilih dan mengambil sendiri makanan yang diinginkan dari rantai yang berjalan tersebut.

c. Vending

Menggunakan *vending machine* yang dimana apabila pelanggan ingin memesan makanan atau minuman, pelanggan tinggal menekan tombol

pada mesin tersebut, selanjutnya makanan atau minuman yang dipesan akan keluar secara otomatis.

d. Buffet

Metode ini disebut juga dengan prasmanan, yang dimana pelanggan dibebaskan untuk mengambil sendiri makanan sepuasnya dari meja prasmanan untuk langsung dikonsumsi ataupun dimasak terlebih dahulu.

e. The Carvery

Pelanggan mengambil atau memilih bahan makanan, lalu koki akan menyajikan makanan sesuai dengan porsi yang sudah dipilih oleh pelanggan.

f. The Traditional Cafeteria

Pelanggan mengambil sendiri peralatan makan dan nampan pada ujung antrian dan memesan makanan melalui etalase yang dimana pelayan akan menyajikan makanan secara langsung pada nampan tersebut, lalu pembayaran akan dilakukan di akhir jalur.

g. Take Away and Delivery Service

Layanan ini memungkinkan pelanggan untuk mengonsumsi makanan di luar area restoran. Pelanggan dapat mengambil sendiri makanan yang dipesan untuk dibawa pulang atau pesanan diantar tempat tujuan pilihan pelanggan.

h. Counter Service

Pada layanan ini, pelanggan dilayani langsung oleh koki dan hidangan makanan akan dimasak secara langsung di hadapan pelanggan.

i. *Table Service*

Pelanggan akan dilayani langsung oleh pramusaji ke meja masing-masing. Table service terdiri dari *Russian Service*, *English Service*, *American Service*, dan *French Service*.

j. *Banquet Service*

Dilakukan untuk berbagai acara seperti rapat, pernikahan, ulang tahun, atau acara tertentu dimana pelanggan akan didudukkan pada meja yang telah ditata, dan pelanggan akan disajikan makanan yang telah dipesan oleh *host* sambil mengikuti jalannya acara.

k. *Room Service*

Layanan kamar yang biasanya digunakan di hotel, dimana pelanggan memesan hidangan makanan melalui telepon yang disediakan hotel, lalu pramusaji akan mengantarkan makanan ke kamar pelanggan yang telah memesan.

l. *Centralized Tray Service*

Makanan disusun di sebuah nampan dan disajikan ke pelanggan, penyajian makanan biasanya pada tempat makan yang bukan seharusnya. Seperti penyajian makanan di kolam atau tempat tidur.

m. *Drive-thru Service*

Pelanggan memesan makanan dari dalam mobil melalui jendela yang telah dikhususkan dan pelanggan membayar, lalu pelayan akan segera menyiapkan makanan dan memberikan kepada pelanggan melalui jendela mobil tanpa pelanggan perlu masuk ke dalam restoran.

5. Sejarah Pempek

Pempek adalah salah satu makanan khas dari Palembang, Sumatera Selatan. Pempek merupakan makanan olahan yang terbuat dari campuran ikan giling dan tepung tapioka. Hampir semua daerah di Palembang mengonsumsi pempek. Pempek merupakan oleh-oleh khas Palembang yang selalu dibeli wisatawan domestik maupun asing (Rudy, 2018).

Pada mulanya pempek terbuat dari ikan sungai yaitu ikan belida, putak, dan tebakang, namun karena populasi yang semakin lama makin menurun, maka mulai abad ke-19 ikan yang digunakan dalam pembuatan pempek diganti menggunakan ikan tenggiri atau ikan gabus. Penyajian pempek biasanya dilengkapi dengan cuko yang berbahan dasar gula merah dan cabai rawit (Rudy, 2018).

Pempek terdiri dari beberapa bentuk seperti pempek telur, pempek lenjer kecil, pempek lenjer besar, pempek kapal selam, pempek pistol, pempek keriting, pempek tahu, dan pempek adaan (Alhanannasir, et al., 2018).

6. Konsep Studi Kelayakan Bisnis.

Pempek Gaspoll termasuk dalam golongan *quick service restaurant* karena Pempek Gaspoll memiliki menu yang terbatas dan harga yang terjangkau, hidangan yang menjadi menu di Pempek Gaspoll sudah diolah sehingga pelayan akan menyajikan pempek dalam waktu yang singkat. Jenis layanan di Pempek Gaspoll adalah gabungan dari *self service* dimana pelanggan langsung memesan makanan di *counter* dan membawa sendiri

makanan ke meja dan *take-away and delivery service* yang merupakan layanan dimana pelanggan dapat memesan dan mengambil sendiri makanan di restoran atau makanan akan diantar ke tempat tujuan pilihan pelanggan.

