

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan suatu sektor dengan pertumbuhan paling cepat di dunia dan juga menjadi sektor yang menyumbangkan pertumbuhan ekonomi yang paling besar. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah seluruh kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan maupun penyelenggaraan pariwisata.

Terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata, yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary* (Cooper, 2010). *Attraction* merupakan sebuah komponen yang signifikan karena berkaitan dengan daya tarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah daya tarik wisata. *Amenity* merupakan segala sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. *Accessibility* merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata karena berkaitan dengan kemudahan mengakses sebuah tujuan wisata. Terakhir, *Ancillary* merupakan pelayanan tambahan untuk mendukung pariwisata agar berjalan dengan semestinya.

Berdasarkan data laporan *The Travel & Tourism Competitiveness Report* yang dirilis oleh WEF (*World Economic Forum*) pada tahun 2019, yang

mencatat daya saing pariwisata Indonesia di dunia naik menjadi peringkat 40 di tahun 2019 dari peringkat 42 di tahun 2017. Data ini merupakan data yang tercatat sebelum masa pandemi dimana peningkatan maupun penurunan wisatawan mancanegara masih tergolong stabil dan masih belum adanya *travel restriction* yang disebabkan oleh pandemi *Covid-19*. Pariwisata Indonesia yang tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat ini pun harus merasakan dampak yang besar akibat pandemi *Covid-19* ini. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu dari 16 sub-sektor industri kreatif di Indonesia. Walaupun terdampak pandemi, tetapi industri makanan dan minuman terlihat tetap optimis dan terus bangkit dikarenakan makanan merupakan kebutuhan paling utama manusia.

Manusia membutuhkan makanan untuk keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan dalam hidup manusia dapat digolongkan berdasarkan kepentingan atau intensitasnya, yaitu: kebutuhan primer, Kebutuhan Sekunder, Kebutuhan Tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan paling utama manusia dan harus dipenuhi karena kebutuhan ini berkaitan dengan mempertahankan kehidupan agar dapat hidup dengan selayaknya. Kebutuhan primer sendiri terdiri dari 3 kebutuhan dasar yaitu sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (tempat tinggal). Kebutuhan pangan merupakan kebutuhan paling mendasar karena berkaitan dengan makanan guna keberlangsungan hidup manusia. Pengeluaran seseorang untuk kebutuhan pangannya juga berbeda-beda di setiap daerah. Pengeluaran rata-rata di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Bandung ataupun Medan akan berbeda dengan pengeluaran di kota-kota kecil seperti Sidoarjo, Tegal, Cirebon, dan sebagainya.

DKI Jakarta merupakan provinsi dengan populasi terbanyak ke enam di Indonesia dengan luas sekitar 664,01 km<sup>2</sup> (lautan: 6.977,5 km<sup>2</sup>) dan merupakan ibukota Indonesia, menjadikannya pusat bisnis, politik, kebudayaan maupun kuliner (Dukcapil Kemendagri, 2021).

**TABEL 1**  
Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di DKI Jakarta

Kelompok Komoditas	2018		2019	
	Makanan	847.847,00	41,58%	877.449,00
Bukan Makanan	1.191.310,00	58,42%	1.278.664,00	59,30%
<b>Total</b>	<b>2.039.156,00</b>	<b>100%</b>	<b>2.156.112,00</b>	<b>100%</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta

Berdasarkan data Tabel 1 di atas, dapat dilihat pengeluaran untuk kelompok komoditas makanan pada tahun 2018 hingga tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp 29.602. Dapat dilihat juga bahwa pengeluaran untuk komoditas makanan di DKI Jakarta cukup tinggi dan dipercayai akan meningkat terus setiap tahunnya. Sehingga, pendirian bisnis makanan atau restoran di DKI Jakarta memiliki peluang yang cukup menjanjikan.

DKI Jakarta sendiri terbagi menjadi lima kota administratif dan satu kabupaten administratif yakni Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan dan Kabupaten Kepulauan Seribu. Berdasarkan data BPS DKI Jakarta (2020), jumlah penduduk DKI Jakarta per September 2020 sebanyak 10,56 juta dengan area terpadat adalah wilayah Jakarta timur dengan persentase 28,76% yang selanjutnya diikuti oleh Jakarta Barat dengan persentase 23,05%, Jakarta Selatan sebesar 21,08%, Jakarta Utara 16,84%, Jakarta Pusat 10,01%, dan Kepulauan Seribu 0,26%.

**TABEL 2**

Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Hasil Sensus Penduduk 2020 menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin

Kabupaten/Kota	Sensus Penduduk 2020		
	Laki-laki	Perempuan	Total
Kepulauan Seribu	14 051	13 698	27 749
Jakarta Selatan	1 122 094	1 104 718	2 226 812
Jakarta Timur	1 529 659	1 507 480	3 037 139
Jakarta Pusat	538 236	518 660	1 056 896
Jakarta Barat	1 229 435	1 205 076	2 434 511
Jakarta Utara	901 306	877 675	1 778 981
<b>DKI Jakarta</b>	<b>5 334 781</b>	<b>5 227 307</b>	<b>10 562 088</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta

Berdasarkan data Tabel 2 diatas, Jakarta Utara dengan kepadatan populasi urutan ke-empat. Jakarta Utara memiliki 6 kecamatan dan 32 kelurahan. Kecamatan di Jakarta Utara adalah Koja, Kelapa Gading, Tanjung Priok, Pademangan, Penjaringan, Cilincing. Jakarta Utara pernah mendapatkan apresiasi dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno karena keberagaman kuliner nya dan terus berkembangnya ragam kuliner di Jakarta Utara kendati PPKM DKI Jakarta tengah diterapkan. Pemilihan lokasi bisnis tepatnya di PIK 2 juga terlihat cukup menjanjikan mengingat upaya Kemenparekraf untuk menjadikan Kota Administrasi Jakarta Utara menjadi salah satu kota kreatif di Indonesia.

Pantai Indah Kapuk (PIK) merupakan sebuah kompleks perumahan yang sekaligus menjadi pusat kuliner dengan hiburan malamnya yang sangat terkenal di Jakarta Utara. Walaupun sebagian besar wilayahnya diisi perumahan yang bergengsi, PIK juga memiliki pertokoan di jalan-jalan utamanya. Selain pusat kuliner, PIK juga menjadi pusat perbelanjaan, hiburan dan juga kawasan objek wisata dengan fasilitas-fasilitas bertaraf internasional yang terus

berkembang seperti *mall*, restoran, *café*, sekolah, hotel, maupun rumah sakit. PIK sendiri memiliki akses jalan tol yang cukup memadai dan telah terintegrasi oleh Transjakarta. Setelah berhasilnya pengembangan PIK 1, *developer* PIK, dibawah naungan Agung Sedayu Group yang berkolaborasi dengan Salim Group juga mengembangkan suatu daerah baru yang kini dikenal dengan nama PIK 2.

PIK 2 sebenarnya merupakan pulau reklamasi dan merupakan suatu wilayah yang saat ini sedang naik daun dan berlokasi di perbatasan Jakarta Utara dan Tangerang. PIK2 ini terintegrasi dengan PIK1 oleh sebuah jembatan penghubung. PIK2 juga memiliki 3 akses jalan tol yaitu dari tol dalam kota, tol bandara maupun tol JORR (*Jakarta Outer Ring Road*) lingkaran luar. Pertimbangan penulis dalam membuat usaha makanan di PIK2 ini adalah melihat ramainya pengunjung PIK2 dikarenakan aktivitas-aktivitas menarik yang dapat dilakukan di PIK2 seperti bersepeda, jalan sore, dan sebagainya. Banyaknya pembukaan restoran atau tempat makan baru di PIK2 juga menjadi pertimbangan serius dalam pembukaan bisnis ini.

*Foodtruck* adalah kegiatan menjual makanan/minuman dengan menggunakan media mobil atau *truck* yang dimodifikasi menyerupai dapur dan dilengkapi dengan alat-alat penunjang usaha tersebut. Konsep restoran ini memiliki mobilitas yang cukup dinamis. Tetapi, untuk konsep food truck ini akan menetap di suatu tempat. Menu olahan yang menjadi rencana usaha ini adalah menu yang berbahan dasar ikan.

Ikan merupakan sumber protein yang sangat baik bagi tubuh manusia. Selain protein, ikan juga kaya akan *Omega-3*, vitamin, mineral dan yang paling

penting yaitu rendah kalori dan lemak. Ikan yang akan digunakan sebagai bahan dasar hidangan *fish and chips* ini adalah ikan dori. Menurut Menteri Kelautan, Edy Prabowo (2020), ikan dori sebenarnya merupakan ikan patin. Dori sebenarnya digunakan sebagai merek dari produsen ikan yang berbasis di Vietnam. Namun, orang-orang mengira kalau dori adalah nama jenis ikan. Dori termasuk ikan fillet yang sangat digemari di Indonesia karena teksturnya yang lembut dan rasanya yang gurih.

*Fish and chips* adalah salah satu makanan olahan ikan asal Britania Raya yang dibaluri dengan tepung panir, digoreng dan disajikan dengan kentang goreng yang dipotong panjang. Di Indonesia, *Fish and chips* cukup *familiar* dan terdapat beberapa *brand* yang cukup terkenal dan menjadi *market leader*. Ikan yang biasanya digunakan untuk mengolah hidangan ini adalah ikan *cod* dan ikan dori.

Konsep *food truck* yang dinamakan Finding Fish ini akan mengusung tema *Indonesian-fusion Fish and Chips* yang akan berlokasi di PIK2 tepatnya di *Golf Island* dengan konsep yang berbeda seperti biasanya yaitu *Food Truck* dengan kapasitas *dine-in* yang sangat terbatas dan lebih mengutamakan *takeaway* atau *delivery*. Ide konsep ini muncul karena penyebaran pandemi *Covid-19* dan diterapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Pembatasan ini mengharuskan restoran untuk membatasi kegiatan *dine-in* sehingga ide *food truck* merupakan opsi yang tepat.

*Food truck* ini diberi nama Finding Fish. *Finding* yang memiliki arti menemukan yang mencerminkan bahwa bisnis ini terus berinovasi untuk

menemukan paduan rasa yang cocok di lidah konsumen dan *Fish* yang memiliki arti ikan yang melambangkan menu yang dijual yaitu *Fish and Chips*.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

Tujuan diadakannya studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengetahui apakah rencana pendirian Finding Fish di PIK2 ini layak untuk dilaksanakan atau tidak dilihat dari aspek-aspek yang terkait didalamnya. Dalam mendirikan bisnis dibutuhkan modal dan struktur yang kuat agar dapat meraih keuntungan dan juga mencapai tujuan.

Adapun tujuan dari studi kelayakan bisnis Finding Fish terbagi menjadi dua, yaitu Tujuan Utama (*major objectives*) dan Sub Tujuan (*minor objectives*):

### 1. Tujuan Utama (*major objectives*)

#### a) Aspek Pemasaran

Untuk menganalisis permintaan, penawaran, segmentasi, target pasar, bauran pemasaran, sosial, ekonomi, lingkungan hidup dari Finding Fish sehingga dapat menentukan target pasar yang tepat untuk produk yang ditawarkan.

#### b) Aspek Operasional

Untuk menganalisis jenis aktivitas, fasilitas yang digunakan, lokasi usaha dan juga teknologi yang akan digunakan.

#### c) Aspek Manajemen dan SDM

Untuk menganalisis struktur organisasi, Sumber daya manusia yang dipergunakan, pelatihan dan pengembangan SDM, dan aspek legal dari Finding Fish sehingga pembagian tugas dan wewenang dapat dijabarkan dengan jelas dan juga terstruktur.

#### d) Aspek Keuangan

Untuk menganalisis sumber modal, kebutuhan dana, biaya operasional, pendapatan usaha, laporan laba rugi serta arus kas, analisis BEP (*Break even point*), penilaian investasi, manajemen risiko dari Finding Fish untuk mengetahui apakah bisnis ini layak untuk dijalankan atau tidak.

#### 2. Sub Tujuan (*minor objectives*)

Adapun sub tujuan dalam mendirikan bisnis ini yang belum dijabarkan di tujuan utama adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan perekonomian
2. Menyumbangkan pajak pertambahan nilai (PPN) ke pemerintah
3. Sebagai bisnis *startup* owner yang pertama
4. Memperkenalkan bumbu atau sambal khas Indonesia dengan produk fusi Indonesia.

#### C. Metodologi

Dalam melaksanakan Studi Kelayakan Bisnis Finding Fish ini dibutuhkan data-data pendukung agar menghasilkan kesimpulan layak atau tidaknya didirikan bisnis ini. Adapun 2 metode pengumpulan data dalam penyusunan Studi Kelayakan Bisnis ini yaitu, data primer dan data sekunder:

##### 1. Data primer

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian. Metode pengumpulan data primer adalah sebagai berikut:

- a. Metode survei dengan kuisisioner



Menurut Sekaran & Bougie (2016), Kuisisioner adalah kumpulan pertanyaan yang digabung menjadi satu kesatuan yang dibagikan kepada responden untuk diisi guna mendapatkan informasi untuk tujuan penelitian.

Berdasarkan definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk mendapatkan data yang diinginkan, peneliti wajib melakukan survei dengan membagikan kuisisioner. Pengumpulan Kuisisioner dibagi menjadi 2 tipe:

1) *Personally administered questionnaires*

Kuisisioner ini disebar langsung oleh peneliti, biasanya penyebarannya hanya sebatas lokal dan waktu pengumpulannya juga tergolong singkat. Tetapi penyebaran kuisisioner seperti ini memiliki kelebihan yakni dapat langsung mengklarifikasi langsung jika terjadi keraguan.

2) *Mail questionnaires*

Kuisisioner ini disebar dengan cara membuat selebaran pertanyaan yang kemudian dikirimkan kepada responden melalui surat. Tetapi, sejak kehadiran internet cara seperti ini dinilai sangat efektif dan sudah mulai ditinggalkan.

3) *Electronic and online questionnaires*

Kuisisioner ini disebar melalui perantara elektronik seperti *email* dan sebagainya. Cara ini tergolong paling efektif dan efisien karena menjangkau wilayah yang luas dan juga responden dapat mengisi kuisisioner tersebut dimanapun dan kapanpun. Terlebih lagi, pada masa

pandemi *Covid-19* ini dimana diterapkan pembatasan pertemuan guna membatasi kontak fisik untuk menekan laju penyebaran virus ini sehingga kuisisioner *online* yaitu melalui *Google forms* menjadi suatu opsi yang tepat untuk mendapatkan informasi atau data yang diinginkan.

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Populasi merujuk kepada sekelompok orang, kejadian atau hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sekaran & Bougie (2016), Pengambilan sampel dimulai dengan menentukan populasi sasaran secara tepat. Setiap elemen dalam populasi dapat dijadikan dasar dalam pengambilan sampel. Pengambilan sampel dibagi jadi 2 jenis, yakni:

1) *Probability sampling*

Jenis pengambilan sampel dimana elemen dalam suatu populasi sudah pasti dan memiliki kesempatan untuk ditunjuk sebagai sampel. Terdapat 4 metode dalam *probability sampling*, yaitu:

a) *Simple random sampling*

Metode pengambilan sampel yang setiap elemen didalamnya memiliki peluang dan kesetaraan yang sama.

b) *Systematic sampling*

Metode pengambilan sampel dengan cara menentukan elemen pertama didalam sebuah populasi secara acak antara 1 dan n.

c) *Stratified random sampling*

Metode pengambilan sampel dengan cara melibatkan proses stratifikasi atau segregasi, diikuti dengan pemilihan acak subyek dari setiap strata.

d) *Cluster sampling*

Metode pengambilan sampel dimana peneliti membagi populasi menjadi beberapa kelompok yang terpisah.

2) *Non-probability sampling*

Jenis pengambilan sampel dengan elemen dalam populasi tidak memiliki kemungkinan-kemungkinan dan dipilih secara acak. Terdapat beberapa metode dalam *non-probability sampling*, yaitu:

a) *Convenience sampling*

Metode pengambilan sampel dengan teknik pengambilan yang cepat dan mudah.

b) *Purposive sampling*

Metode pengambilan sampel di sini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau mereka sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Definisi dari data sekunder adalah:

*“Data that have been collected by others for another purpose than the purpose of the current study”*

Berdasarkan definisi diatas, data sekunder merupakan data yang sudah ada dan tersedia sehingga peneliti dapat mendapatkannya dari sumber-sumber tertentu. Keuntungan data sekunder adalah mudah dicari dan didapatkan. Peneliti dapat dengan mudah mencarinya di perpustakaan, badan pusat statistik, situs pemerintah, kutipan buku referensi, jurnal ilmiah,

kutipan dari internet, maupun koran atau media informasi lainnya yang bertujuan untuk mengkaji apakah bisnis ini layak untuk dijalankan atau tidak.

### 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Uji Validitas merupakan adalah uji pengukuran untuk mengukur data yang diperoleh dapat digunakan dan sesuai dengan batas standar yang ada.

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Uji Reliabilitas adalah uji pengukuran untuk mengidentifikasi tidak ada bias dan memastikan alat pengukuran konsisten.

## **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

### 1. Pariwisata

Menurut Walker (2017), Pariwisata merupakan :

*Tourism is a dynamic, evolving, consumer-driven force and is the world's largest industry, or collection of industries, when all its interrelated components are placed under one umbrella: tourism and travel; lodging; conventions, expositions, meetings, and events; restaurants and managed services; assembly, destination, and event management; and recreation. Tourism plays a foundational role in framing the various services that hospitality companies perform.*

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah salah satu industri terbesar dan signifikan di dunia dimana industri ini bersifat dinamis, terus berkembang dan didorong oleh kebutuhan konsumen dan pariwisata terdiri dari bermacam-macam komponen seperti perjalanan wisata, penginapan, konvensi, pameran, acara pertemuan; restoran dan pelayanan; manajemen acara; dan rekreasi. Restoran dan pelayanan merupakan salah satu dari sekian banyaknya komponen pariwisata.

### 2. Restoran

Menurut Walker (2017), Restoran merupakan :

*Restaurants are a vital part of our everyday lifestyles. Because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize as well as to eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates and to restore our energy level before heading off to the next engagement.*

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa restoran merupakan suatu tempat untuk bersantai dan berkumpul untuk makan, minum dan bercengkerama, karena manusia merupakan makhluk sosial sehingga kegiatan ini menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Kegiatan ini juga dapat menjadi suatu kegiatan untuk mengembalikan energi kita sebelum melakukan kegiatan selanjutnya.

### 3. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2017), Restoran dibagi menjadi beberapa tipe:

#### a. *Fine Dining*

Restoran *fine dining* merupakan restoran yang menawarkan sedikitnya 15 pilihan menu atau lebih, dengan hampir semua makanan dibuat di tempat dan dengan *range* harga yang tergolong mahal dibandingkan dengan restoran jenis lainnya. Makanan bukan satu-satunya yang menjadi penilaian tetapi dekorasi dan pelayanan juga menjadi elemen yang penting. Contoh: AMUZ Gourmet

#### b. *Celebrity Restaurant*

*Celebrity restaurant* merupakan restoran yang dimiliki oleh *public figure* seperti selebriti, aktor, dan olahragawan. Yang menjadi daya tarik utama bukan terletak pada makanannya tetapi kepada popularitas dari selebriti tersebut. Contoh: TGI Fridays (milik Bunga Citra Lestari), Geprek Bensu (milik Ruben Onsu), dan lain-lain.

c. *Steak House*

Restoran *steak house* memiliki menu utama yang menyajikan daging merah (sapi, kambing, dan domba) dengan berbagai tingkat kematangan daging dan disajikan dengan aneka saus. Pada umumnya, restoran jenis ini juga menambahkan menu daging ayam atau *seafood*. Contoh: Pepperloin Steakhouse, Ruth Chris's Steakhouse, dan lain-lain.

d. *Casual Dining*

Restoran ini menawarkan konsep yang santai dan nyaman dengan harga makanan dan minuman yang terjangkau serta suasana restoran yang tidak formal. Contoh: GIOI

e. *Family Restaurant*

Restoran jenis ini menawarkan menu makanan yang sederhana dan tidak terlalu mahal, yang di rancang untuk keluarga atau rombongan. Contoh : Bandar Djakarta, Kayu Kayu Restaurant, dan lain-lain.

f. *Ethnic Restaurant*

Restoran berjenis *ethnic restaurant* pada umumnya menawarkan pengalaman bersantap menu hidangan yang memiliki cita rasa yang berciri khas dari suatu daerah ataupun negara tertentu dengan dekorasi eksterior dan interior yang juga memiliki ciri khas dari daerah atau negara tersebut. Contoh : Eight Treasures Restaurant, Taal Indian Restaurant, dan lain-lain.

g. *Theme Restaurant*

Restoran berjenis *theme restaurant* biasanya menyajikan menu yang terbatas dan bertujuan untuk membuat para tamu berkesan dengan

pengalaman yang di berikan oleh *theme restaurant*. Restoran ini menyajikan kreatifitas sesuai tema kedalam dekorasi-dekorasi yang diaplikasikan dari eksterior, interior hingga ke penataan hidangan makanan. Contoh : Taman Santap Rumah Kayu Ancol

*h. Quick service/Fast-food Restaurant*

Restoran ini sangat cocok bagi orang yang ingin menyantap makanan dan minuman namun hanya memiliki waktu yang terbatas, karena restoran ini memberikan pelayanan yang lebih cepat dan menu yang ditawarkan terbatas. Restoran jenis ini biasanya menyajikan menu seperti *hamburgers, pizza, ayam, dan sandwich*. Contoh: *KFC, McDonalds, Wendy's*

*i. Bakery Café*

*Bakery Café* merupakan restoran yang menyajikan berbagai pilihan jenis menu kue seperti roti, bolu, kue, dan hidangan makanan penutup lainnya. Contoh : *BEAU Bakery, Tous les jours*

*j. Coffee Shop*

Menurut Walker (2017), *Coffee shop* pada awalnya merupakan bar asal Italia yang menyajikan *espresso* secara tradisional. Kemudian dimodifikasi sehingga sekarang coffee shop menyediakan jenis minuman kopi yang lebih banyak sesuai dengan keinginan pelanggan. Contoh: Anomali Coffee

*k. Hotel Restaurants*

*Hotel restaurant* adalah restoran yang terletak didalam sebuah hotel. Hotel restaurant pada hotel mewah dapat dibagi menjadi restoran

yang menyediakan makanan khas eropa, asia, *western*, ataupun lokal.

Contoh : Satoo Restaurant Shangri-la

#### 4. Jenis-jenis *Service*

Menurut Cousins et al., (2014), Jenis- jenis pelayanan atau *service* adalah sebagai berikut :

##### a. *Table Service*

*Table Service* adalah jenis layanan dengan pelayanan kepada pelanggan di atas meja dan pesanan pelanggan diantarkan oleh pelayan, dan terdiri dari:

##### 1) *American Service/ Plate Service*

Jenis layanan ini adalah jenis layanan dimana makanan sudah ditata ke dalam piring dan diplating sedemikian rupa dan disajikan oleh pelayan. Jenis *service* seperti ini merupakan *service* yang cukup mudah,cepat dan praktis.

##### 2) *English service/ Silver service*

Jenis layanan ini adalah layanan yang mengharuskan pelayan mempresentasikan langsung makanan tersebut kepada tamu, menggunakan sendok dan garpu dan diletakkan langsung ke piring tamu.

##### 3) *French Service/ Butler Service*

Layanan ini mengharuskan pelayan memasak di depan tamu menggunakan *trolley* masak atau yang biasa disebut dengan *gueridón trolley*. Jenis layanan ini membutuhkan dua pelayan karena satu



pelayan diharuskan untuk memasak dan satu lagi bertugas untuk menghidangkannya.

#### 4) *Family Service*

Layanan jenis ini sering dijumpai di restoran keluarga, dengan makanan disajikan dalam porsi yang sesuai dengan jumlah orang dalam satu meja dan biasanya makanan akan dimakan bersama atau *sharing*.

#### 5) *Bar Counter*

Layanan jenis ini sering dijumpai di restoran sushi, dengan tamu atau pelanggan duduk disuatu tempat duduk dengan model bar (biasanya berbentuk huruf U) dengan *conveyer belts* yang bergerak dan mengantar makanan pesanan tamu.

#### b. *Assisted Service*

Layanan jenis ini adalah layanan dimana pelanggan atau tamu dilayani dengan sebagian di meja dan sebagai *self-service* seperti *buffet*, layanan jenis ini biasanya ditemukan di *breakfast hotel*.

#### c. *Self-service*

Jenis layanan ini mengharuskan tamu atau pelanggan mengambil makanannya sendiri di *counter* yang telah disediakan. Layanan jenis ini tidak membutuhkan pelayan dan layanan jenis ini biasanya ditemukan di *cafeteria* atau kantin.

#### d. *Single Point Service*

Jenis layanan ini adalah pelanggan langsung memesan, membayar dan menerima makanannya secara langsung di sebuah *counter*.

Jenis layanan ini dikategorikan sebagai berikut:

### 1) *Take Away Service*

Jenis layanan ini biasanya tidak mengharuskan adanya meja di restoran tersebut, hanya beberapa kursi agar pelanggan dapat menunggu makanannya dipersiapkan. Ketika makanannya selesai, pelanggan juga langsung dapat membawanya pulang untuk dinikmati.

### 2) *Drive-Thru*

Jenis layanan ini biasanya pelanggan memesan, membayar dan menerima makanannya di dalam sebuah kendaraan. Pelanggan juga tidak perlu masuk ke dalam restoran tersebut.

### 3) *Fast Food*

Jenis layanan dimana tamu menerima makanan dengan cara menukarkan kupon maupun uang tunai dan biasanya restoran dengan jenis layanan seperti ini memiliki pilihan menu yang cukup terbatas dengan layanan yang cepat tetapi tetap terdapat area *dine-in* dan juga fasilitas *takeaway*.

### 4) *Vending*

Penyediaan makanan dan minuman otomatis melalui sebuah mesin dan membayar makanan yang dipesan kedalam mesin tersebut.

### 5) *Food Court*

Jenis layanan ini adalah jenis layanan dimana pelanggan dapat membeli makanan dari berbagai *counter* dengan jenis makanan yang berbeda-beda dan juga dapat makan di area makan yang telah disediakan ataupun *takeaway*.

### e. *Specialised Service*

*Specialised Service* adalah layanan dimana makanan dan minuman dibawa oleh pelayan kepada pelanggan. Seperti layanan menggunakan tray di rumah sakit dan di pesawat, layanan menggunakan *trolley* dan *home delivery*.

## 5. Klasifikasi Menu

Menurut Walker (2017), Menu adalah salah satu aspek terpenting dalam kesuksesan sebuah restoran. Pemilihan menu harus sesuai dengan konsep restoran tersebut dengan konsep nya juga harus sesuai dengan target market yang dituju dan menu yang ditawarkan juga harus melampaui ekspektasi tersebut. Jenis-jenis menu menurut (Walker, 2017) adalah sebagai berikut:

### a. *A la Carte Menu*

Jenis menu ini menampilkan jenis hidangan yang telah diberi harga secara masing-masing dan berbeda-beda sehingga pelanggan dapat memilih hidangan sesuai selera masing-masing.

### b. *Table d'hote Menu*

Jenis menu ini menawarkan beberapa jenis hidangan yang biasanya terdiri dari *appetizer, soup, main course, dessert* dan *beverages* seperti teh atau kopi yang telah diberi harga tetap. Biasanya menu jenis ini digunakan di hotel-hotel ataupun di negara-negara di Eropa.

### c. *Du Jour Menu*

Jenis menu ini menawarkan hidangan yang berbeda tiap harinya tergantung dengan hidangan yang disajikan restoran.

### d. *Tourist Menu*

Jenis menu ini dibuat untuk menarik perhatian turis dan menekankan nilai dan makanan yang dipersiapkan dengan cepat, tidak terlalu mahal dan mencerminkan cita rasa suatu daerah.

e. *California Menu*

Jenis menu ini digunakan di beberapa restoran di California, para pelanggan dapat memesan apa saja yang tertera di menu kapan saja.

f. *Cyclical Menu*

Jenis menu ini menawarkan hidangan yang diubah dan diulang kembali dalam periode waktu tertentu.

6. *Main Course*

Menurut Andrews (2008), *Entrees* atau yang biasa disebut dengan *main course* adalah hidangan utama yang biasanya disertai dengan hidangan-hidangan lainnya. Biasanya, pelanggan juga langsung menuju hidangan utama tanpa hidangan pembuka terlebih dahulu. Contoh *main course* adalah *Pepper steak, Roast Lamb, Fish and Chips*, dan lain-lain.

7. *Fusion food*

Menurut Gisslen (2007), *Fusion food* adalah membuat suatu hidangan dengan menggunakan bahan dan teknik lebih dari satu masakan daerah ataupun internasional. Menurut Smith (2013), *Fusion Food* adalah kombinasi dari bahan-bahan dari etnis, daerah atau budaya yang berbeda-beda dalam suatu hidangan atau masakan. *Fusion food* disini menggabungkan makanan internasional *Fish and chips* dengan sambal-sambal khas Indonesia.

8. *Fish and chips*

Dikutip dari Legowo (2018), *Fish and Chips* adalah hidangan khas Inggris yang cukup digemari dan menjadi hidangan kebanggaan bangsa Inggris. Hidangan ini ditemukan kira-kira pada tahun 1830 silam. Kekayaan ikan di laut bagian utara dan perkembangan transportasi kereta api yang dipercayai menjadi faktor penyebaran hidangan ini di Inggris. Pada tahun 1860 di kota London, gerai *Fish and Chips* pertama didirikan. Namun, ada juga pendapat lain yang menyebutkan bahwa gerai pertama *Fish and Chips* didirikan oleh imigran asal Belgia, Edward De Gernier di *Greenmarket City* pada tahun 1870. Hingga akhirnya, Pada tahun 1986 muncullah menu *Fish and Chips* kelas restoran. Pada abad ke-20, hidangan ini mulai diinovasikan dengan beragam jenis saus dan juga makanan pendamping. Beberapa negara menyajikan hidangan *Fish and Chips* dengan cara yang berbeda-beda. Di Amerika Serikat, *Fish and Chips* disajikan bersama dengan *coleslaw*. Di Kanada, *Fish and Chips* disajikan dengan saus *tartar* dan irisan jeruk lemon. Di New Zealand dan Australia, penyajian *Fish and Chips* agak sedikit berbeda dimana cara penyajiannya adalah menaburkan garam ke atas ikan dan kentang.

#### 9. *Food truck*

Menurut Philips (2020), *Food truck* adalah dapur atau kantin bergerak yang menjual makanan ataupun minuman. Beberapa *food truck* seperti *ice cream trucks*, biasanya menjual makanan beku ataupun makanan yang telah dikemas sebelumnya, tetapi banyak juga *food truck* yang memiliki peralatan dan dapur lengkap didalamnya. *Food truck* biasanya menjual satu jenis makanan ataupun makanan tertentu seperti *breakfast*,

*lunch*, atau *late-night snacks*. *Food truck* biasanya ditempatkan disuatu area atau zona yang ramai pengunjung atau di acara-acara seperti karnaval, festival ataupun di suatu ajang perlombaan-perlombaan. Pada umumnya, *food truck* ini berpindah-pindah lokasi untuk memaksimalkan penjualannya. *Low-barrier to entry* menjadikan *food truck* tempat eksperimen yang sempurna untuk konsep dan ide-ide terbaru dan menarik.

#### 10. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Finding Fish adalah jenis *casual dining* dengan nama bisnis yang berasal dari kata *Finding* dan *Fish*. *Finding* yang memiliki arti “menemukan” ini melambangkan bisnis yang terus berinovasi untuk menemukan karakteristik nya dan juga paduan rasa yang akan terus diingat oleh konsumen. *Fish* yang memiliki arti ikan melambangkan hidangan yang disediakan yaitu *Fish and Chips*.

Beberapa contoh menu yang akan ditawarkan adalah *Fish and Chips with sambal matah, sambal dabu-dabu, sambal rica-rica, mayo bajak, mayo sambel ijo, mayo sambal bawang* dengan pilihan karbohidrat kentang goreng, dan tambahan seperti nasi. Minuman yang ditawarkan oleh Finding Fish adalah minuman-minuman yang cukup sederhana dan cocok dengan hidangan *fish and chips* seperti *lemon tea, sweet iced tea, iced tea* dan *orange juice*.

Jenis menu yang digunakan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu: *a la carte menú* ataupun *set menu*. Jenis layanan yang akan digunakan Finding Fish adalah *single point service* dimana pelanggan memesan dan

membayar langsung di *counter* yang telah tersedia. *Food truck* pertama Finding Fish akan berlokasi di Golf Island PIK 2.

