

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Industri pariwisata Indonesia mengambil peran yang cukup signifikan dalam perkembangan ekonomi negara. *World Travel and Tourism Council* (WTTC, 2019) mencatat ditahun 2018, industri pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan sebanyak 7,8%. Dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan yang hanya bertumbuh sebanyak 5.1% pertumbuhan pariwisata di Indonesia lebih tinggi 2,7% dibandingkan pertumbuhan ekonomi keseluruhannya. Seperti yang tertera didalam Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Bab 2 Pasal 3 yang menyatakan bahwa pariwisata berfungsi dalam pemenuhan kebutuhan jasmani, jiwa, dan intelektual para wisatawan serta meningkatkan pendapatan negara sehingga terwujudnya kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata, seperti yang dijelaskan oleh definisi sebelumnya, terdiri dari banyak pihak dan faktor; pemasok bisnis, transportasi, akomodasi, bisnis hiburan dan yang cukup signifikan, perusahaan makanan dan minuman. Long (2004) menjelaskan makanan sebagai pengaruh besar dalam pengalaman berwisata, mencerminkan budaya, dan identitas suatu negara.

**TABEL 1**  
PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Menurut Lapangan Usaha Atas dasar Harga Berlaku (Miliar Rp)

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020*	2021**
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	2.051,40	2.124,82	2.189,14	2.237,54	2.376,81
B	Pertambangan	5.746,50	6.603,30	6.165,31	4.676,48	6.360,70

**TABEL 1**  
**PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Menurut Lapangan Usaha Atas dasar**  
**Harga Berlaku (Miliar Rp) (lanj.)**

C	Industri Pengolahan	317.512,26	341.678,45	346.970,05	315.182,49	357.912,04
D	Pengadaan Listrik dan Gas	7.449,25	9.119,71	10.308,31	9.216,14	7.615,11
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	838,07	907,68	945,76	925,26	965,81
F	Konstruksi	291.528,36	314.639,32	329.925,73	313.083,71	326.459,16
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	394.563,51	439.673,47	484.242,92	460.402,06	491.033,31
H	Transportasi dan Pergudangan	85.669,28	94.123,59	104.471,89	96.582,76	111.061,14
<b>I</b>	<b>Penyediaan Akomodasi dan Makan Minuum</b>	<b>116.568,31</b>	<b>123.876,88</b>	<b>134.980,00</b>	<b>115.213,51</b>	<b>127.345,39</b>
J	Informasi dan Komunikasi	180.743,71	203.929,74	230.013,69	258.132,45	272.008,11
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	251.597,31	268.501,15	297.561,96	312.420,22	324.289,49
L	Real Estat	145.709,48	156.224,85	167.212,38	174.304,03	178.992,10
M,N	Jasa Perusahaan	187.465,87	211.399,70	243.676,27	245.241,76	248.415,19
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	122.371,39	141.373,65	153.892,50	147.093,88	142.143,63
P	Jasa Pendidikan	124.037,30	132.905,33	140.519,36	145.094,76	63.374,66
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	39.956,27	44.091,60	48.101,02	58.739,48	63.374,66
R,S,T,U	Jasa Lainnya	91.545,59	101.433,40	113.559,86	109.643,21	107.565,80
Produk Domestik Regional Bruto		2.365.353,85	2.592.606,57	2.815.636,16	2.768.189,73	2.914.581,08

Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021)

Berdasarkan pada tabel di atas, industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan PDRB setiap tahunnya, namun pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan yang dimana pada tahun 2017 sebesar 116,568,31 kemudian pada tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 123,876,88, pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi 134,980,00, dan pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 115,213,51 hal ini terjadi dikarenakan dampak dari Covid-19 yang terjadi sehingga menyebabkan banyak peraturan - peraturan yang ditetapkan oleh Pemerintah agar mencegah penyebaran Covid-19 yang semakin parah. Kemudian pada tahun 2021 PDRB mengalami peningkatan kembali menjadi 127,345,39.

**TABEL 2**  
Jumlah Penduduk Jakarta Utara 2018-2021

Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)				
	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Penjaringan</b>	<b>298.457</b>	<b>309.278</b>	<b>315.511</b>	<b>321.802</b>	<b>315.613</b>
Pademangan	161.322	166.240	169.102	169.582	162.843
Tanjung Priok	395.022	409.572	418.014	419.795	401.806
Koja	322.367	335.326	344.186	348.817	331.616
Kelapa Gading	136.395	140.735	143.043	144.219	138.787
Cilincing	403.028	420.731	430.102	440.247	428.316
<b>Jakarta Utara</b>	<b>1.714.591</b>	<b>1.781.882</b>	<b>1.819.958</b>	<b>1.844.462</b>	<b>1.778,981</b>

Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021)

Pantai Indah Kapuk terletak di kecamatan Penjaringan. Berdasarkan tabel diatas, jumlah penduduk di kecamatan Penjaringan terus mengalami peningkatan mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Hal ini dapat pula meningkatkan permintaan untuk pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman. Terdapat potensi yang memungkinkan bisnis ini didirikan pada kawasan Jakarta Utara yang cukup

strategis. Namun pada tahun 2021, jumlah penduduk mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan oleh karena dampak perekonomian yang dipengaruhi oleh penyebaran virus Covid-19. Hal ini berarti Pantai Indah Kapuk yang berada di kecamatan Penjaringan memiliki peningkatan jumlah penduduk yang tinggi.

**TABEL 3**  
Jumlah Restoran/ Rumah Makan di Jakarta Utara

Kecamatan	Jumlah Restoran/Rumah Makan		Persentase Pertumbuhan pada tahun 2019 (%)
	2018	2019	
Kelapa Gading	189	280	48,14
<b>Penjaringan</b>	<b>78</b>	<b>204</b>	<b>161,53</b>
Pademangan	40	74	85,00
Tanjung Priok	51	40	21,56
Koja	21	7	-66,66
Cilincing	8	2	-75,00
<b>Total</b>	<b>387</b>	<b>607</b>	<b>56,84</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2019, pada kecamatan di Jakarta Utara mengalami kenaikan dan penurunan pada daerah tertentu. Namun, kecamatan Penjaringan mengalami peningkatan jumlah restoran yang sangat besar sejumlah 161,53% dari tahun 2018. Hal ini dapat membuktikan bahwa PIK merupakan daerah yang strategis untuk membuka restoran atau rumah makan.

Makanan juga sebagai tujuan wisata dan instrumen bagi peningkatan pariwisata. Wisata kuliner diperlukan kerjasama semua panca indera seperti lidah, hidung, indera peraba, serta mata (Virna, 2007).

Restoran yang muncul bervariasi dilihat dari beragam makanan yang dihidangkan dan disiapkan. Variasi tersebut sangat beragam mulai dari menu, harga, suasana yang ditawarkan. Penentuan variasi restoran sendiri didasari dengan lokasi, target pasar dan restoran itu sendiri. Dari sekian banyak variasi restoran yang ada,

maka menu dan harga tiap restoran berbeda-beda antara satu dengan yang lain, salah satunya adalah mie.

Pada bulan Januari sampai Mei 2022, tercatat bahwa Indonesia telah mengimpor 4,36 juta ton gandum dan meslin dengan nilai US\$ 1,65 miliar. Dari data ini dapat kita lihat jika nilai konsumsi gandum di Indonesia cukuplah besar dan bahan utama pembuatan mie adalah tepung yang terbuat dari biji gandum. Seperti yang telah kita ketahui bahwa nilai konsumsi mie di Indonesia sendiri sudah cukup besar untuk mengganti sumber karbohidrat utama yaitu nasi. Oleh karena itu, penulis berminat untuk membuat Sense Bar.

**TABEL 4**  
*Global Demand Ranking for Instant Noodles Per Million Servings*

No.	Country/Region	2017	2018	2019	2020	2021
1	China/Hong Kong	38,960	40,250	41,450	46,360	43,990
2	Indonesia	12,620	12,540	12,520	12,640	13,270
3	Vietnam	5,060	5,200	5,440	7,030	8,560
4	India	5,420	6,060	6,730	6,730	7,560
5	Jepang	5,660	5,780	5,630	5,970	5,850

Sumber: (World Instant Noodles Association, 2021)

Data diatas menunjukkan bahwa negara Indonesia merupakan negara dengan jumlah konsumsi mie instan kedua tertinggi di dunia. Meskipun pada tahun 2018 hingga 2019 sempat terjadi penurunan, namun posisi negara Indonesia tidak tergeser untuk berada diperingkat kedua negara dengan konsumsi mie instan terbanyak di dunia. Ditambah lagi pada tahun 2021, angka konsumsi meningkat cukup pesat sehingga terbukti bahwa negar Indonesia memiliki potensi dan pasar yang cukup luas untuk para pelaku bisnis mie.

Mie merupakan salah satu produk pangan yang sangat populer diberbagai negara termasuk di Indonesia, meskipun nama, bahan, bentuk, dan cara pengolahannya yang berbeda satu dengan yang lainnya. Dengan seiringnya

perkembangan waktu, salah satu produk pangan alternatif pengganti nasi yang banyak digemari hampir disemua kalangan mulai dari anak-anak hingga dewasa yaitu adalah mie, karena kandungan gizi pada mie hampir setara dengan kandungan gizi pada nasi. Terutama untuk karbohidrat yang dibutuhkan untuk energi sehari-hari sehingga konsumsi mie dirasa cukup mengenyangkan seperti saat mengonsumsi nasi (Dewi, Mulyadi, Ikawati, 2015).

Konsep “*bar*” untuk restoran yang menyediakan makanan belum banyak ditemui di Indonesia. Oleh karena itu, restoran dengan konsep “*bar*” yang masih jarang tersebut memiliki peluang yang cukup besar untuk dijalankan.

**TABEL 5**  
*Travel and Tourism Development Index 2021 Overall Rankings*

<b>Peringkat</b>	<b>Negara</b>	<b>Nilai</b>
<b>1</b>	<b>Japan</b>	<b>5.2</b>
2	United States	5.2
3	Spain	5.2
4	France	5.1
5	Germany	5.1
6	Switzerland	5.0
7	Australia	5.0
8	United Kingdom	5.0
9	Singapore	5.0
10	Italy	4.9
11	Austria	4.9
12	China	4.9
13	Canada	4.9
14	Netherlands	4.9
<b>15</b>	<b>Republic Korea</b>	<b>4.8</b>
16	Porugal	4.8
17	Denmark	4.7
18	Finland	4.7
19	Hong Kong	4.6
20	Sweden	4.6
21	Luxembourg	4.6
22	Belgium	4.6
23	Iceland	4.5
24	Ireland	4.5
25	United Arab Emirates	4.5
26	Czech Republic	4.5

**TABEL 5***Travel and Tourism Development Index 2021 Overall Rankings (lanj.)*

27	New Zealand	4,5
28	Greece	4.5
29	Estonia	4.4
30	Poland	4.4
31	Cyprus	4.4
<b>32</b>	<b>Indonesia</b>	<b>4.4</b>
33	Saudi Arabia	4.3
34	Chile	4.3
35	Malta	4.3
<b>36</b>	<b>Thailand</b>	<b>4.3</b>
37	Hungary	4.3
<b>38</b>	<b>Malaysia</b>	<b>4.3</b>

Sumber: *Travel & Tourism Development Index 2021*

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa negara Jepang, Korea, Indonesia, Thailand, dan Malaysia masuk kedalam 38 besar negara yang masuk kedalam Index Daya Saing Pariwisata yang dirilis oleh World Economic Forum (WEF). Indikator tersebut merupakan sekumpulan faktor yang memungkinkan pengembangan sektor pariwisata yang tangguh. Kegiatan wisata tidak jauh dari kegiatan kuliner. Maka dapat disimpulkan bahwa kelima negara ini memiliki peluang yang besar untuk memikat masyarakat, termasuk dalam aspek industri makanan dan minuman.

Berdasarkan data-data dan pembahasan diatas, maka penulis berminat untuk membuka bisnis restoran mie yang berkonsepkan *noodle bar* yang bernama Sense Bar di daerah Pantai Indah Kapuk (PIK) di Jakarta Utara.

Sense Bar adalah sebuah *noodle bar* yang memiliki keunikan tersendiri karena menjual berbagai macam mie dari beberapa negara di Asia seperti mie khas Jepang, Korea, Thailand, Malaysia, dan Indonesia. Kelima negara ini merupakan negara yang masuk kedalam 38 besar *Travel and Tourism Development Index 2021*. Dengan ide ini, maka masyarakat yang mengunjungi Sense Bar secara bersama-

sama dapat menentukan pilihan mie berdasarkan selera masing-masing karena pilihan mie yang disediakan oleh Sense Bar cukup lengkap mulai dari mie kering hingga mie yang berkuah. Salah satu tujuan utama Sense Bar yakni penulis ingin membawa para tamu merasakan pergi ke suatu negara dengan menyantap mie yang khas dari negara yang dipilih.

Sense Bar akan menyediakan beberapa macam mie khas dari suatu negara seperti *dry ramen* dan ramen dari negara Jepang, Curry Laksa dari Malaysia, Jjangmyoen dari Korea, Pad Thai dari Thailand, dan Jamian serta Mie Ayam dari Indonesia. Selain mie, Sense Bar akan menyediakan beberapa *side dish* dan juga *dessert* dari beberapa negara tersebut seperti Gyoza dari negara Jepang, Gimmari dari Korea, Baso dan Pangsit Goreng dari Indonesia, Babi Goreng dari Thailand, dan Satay Chicken dari Malaysia. Sense Bar juga akan menyediakan beberapa jenis *dessert* yaitu Cendol dari Indonesia, Mochi Ice Cream dari Jepang, dan Mango Sticky Rice dari Thailand.

Sense Bar yang berlokasi di Pantai Indah Kapuk di Jakarta Utara sendiri tidak hanya menyajikan makanan saja, melainkan suasana. Suasana yang nyaman membuat para tamu menikmati hidangan mie seperti berada di rumah. Sense Bar memiliki tema interior berwarna putih dengan aksen kayu berwarna coklat muda. Selain itu, pemilihan warna lampu juga berwarna *warm white* membuat suasana makan di Sense Bar menjadi lebih hangat dan nyaman.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Studi Kelayakan Bisnis terhadap Sense Bar yang disusun ini memiliki beberapa tujuan untuk menganalisis serta mengetahui kelayakan dari bisnis Sense

Bar ini untuk dijalankan. Dua tujuan Studi Kelayakan Bisnis terhadap Sense Bar, yakni:

#### 1. Tujuan Utama

Beberapa aspek penelitian terhadap kelayakan bisnis Sense Bar yang akan dipertimbangkan dengan harapan besar ide bisnis Sense Bar dapat terealisasi dan dapat berhasil, aspek-aspek tersebut, yakni:

##### a. Aspek Pemasaran dan Pasar

Menganalisis bisnis yang didasari aspek pasar dan pemasaran, yaitu; analisis permintaan pasar, analisis penawaran pasar, segmentasi, target, serta posisi bisnis dalam pada pasar, bauran pemasaran, disertai juga mulai dari segi ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup, hingga teknologi.

##### b. Aspek Operasional

Menganalisis keseluruhan bisnis berdasarkan aspek operasional, mencakup; pemilihan dan perancangan produk disertai dengan fasilitas-fasilitas yang diperlukan untuk membangun suatu bisnis, pemilihan tempat lokasi yang strategis dan tepat, kebutuhan ruang fasilitas, serta pemilihan teknologi yang berfungsi untuk memperlancar jalannya bisnis.

##### c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis bisnis didasarkan oleh aspek organisasi dan sumber daya manusia, yang mencakup; struktur organisasi dan pembagian *job desc* (deskripsi pekerjaan), program pelatihan (*training*), dan yang terakhir yaitu pengurusan legalitas usaha wajib untuk dilakukan

##### d. Aspek Keuangan

Menganalisa bisnis berdasarkan aspek keuangan, meliputi; keseluruhan dana yang dibutuhkan beserta sumber dana, perkiraan biaya untuk operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi laporan keuangan (neraca, laba rugi, dan arus kas), analisa *BEP (Break Even Point)*, penilaian investasi, dan manajemen untuk resiko-resiko yang mungkin akan dapat terjadi pada bisnis Sense Bar.

## 2. Sub Tujuan

- a. Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat
- b. Menganalisis kebutuhan dan permintaan pasar
- c. menawarkan pengalaman baru melalui konsep yang ditawarkan
- d. Menentukan strategi yang dapat digunakan oleh bisnis ini untuk bersaing di pasar.

## C. Metodologi

Penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran tentang rencana penelitian dengan mengumpulkan dan memeriksa kesesuaian data dengan usaha yang dijalankan, terdapat dua metodologi penelitian yang dilakukan, yaitu:

### 1. Data Primer

Menurut Sugiarto (2017), data primer berasal dari sumber utama yang terpercaya dari individu seperti hasil wawancara maupun pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti, terdapat dua teknik pengumpulan data primer yaitu pengumpulan data dengan metode kualitatif berupa prosedur penelitian dengan data deskriptif yang diamati berdasarkan perkataan dan perilaku seseorang. Dan metode kuantitatif dengan

pengambilan sampel secara random menggunakan instrumen penelitian untuk menguji hipotesis, hal ini telah sesuai dengan hasil Sugiyono (2012). Sense Bar akan menggunakan dua jenis metode, yaitu:

a. Metode Survei dan Kuesioner

Menurut Siyoto & Sodik (2015), kuesioner atau angket merupakan instrumen pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan tertulis untuk mendapatkan informasi mengenai pengalaman dan pengetahuan dari responden. Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan skala jangkauan populasi besar yang efektif, efisien, dan relatif murah. Jenis pertanyaan yang akan mendapatkan beberapa pertanyaan yang telah dibatasi melalui opsi yang diberikan. Data akan dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner *offline* melalui *google form* sehingga dapat digunakan dengan mudah baik bagi penulis maupun responden dan menjadi wawancara yang bersifat tertulis. Sense Bar akan menentukan populasi dan sampel terlebih dahulu serta melakukan uji validitas dan realibilitas terhadap variabel yang akan dianalisis sehingga menghasilkan hasil data yang akurat.

1) Populasi

Populasi adalah kumpulan dari suatu peristiwa, kelompok, atau hal yang akan diselidiki oleh peneliti, serta didefinisikan dalam elemen, batas geografi, dan waktu (Sekaran & Bougie, 2016). Pada studi kelayakan bisnis Sense bar, populasinya adalah masyarakat yang berdomisili atau memiliki tempat tinggal di daerah Jakarta dan sekitarnya.

## 2) Sampel

Sampel adalah beberapa bagian yang berada pada populasi (Sekaran & Bougie, 2016). Sampel dari studi kelayakan bisnis Sense Bar adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Jakarta Utara, dengan metode *nonprobability sampling* dan *convenience sampling*. *Nonprobability sampling* adalah unsur dalam populasi tidak memiliki peluang untuk dijadikan sampel (Sekaran & Bougie, 2016). Sedangkan *convenience sampling* adalah metode yang dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dari populasi yang tersedia, teknik ini paling sering digunakan dan dinilai sebagai metode terbaik karena cepat dan efisien. Menurut (Hair et al., 2018) sturan umum dalam menentukan *sample size* adalah jumlah responden yang mengisi kuesioner minimal lima kali dari variabel yang akan diteliti dan dianalisis.

## 3) Uji Validitas

Validitas adalah uji untuk mengetahui seberapa baiknya suatu instrumen untuk mengukur variabel yang akan diteliti (Sekaran & Bougie, 2016). Salah satu cara melakukan uji validitas adalah dengan metode *Corrected Item-Total Correlation*, yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total. Kriteria pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai korelasi pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* ( $r$  hitung) dengan  $r$  tabel.  $R$  tabel dihitung dengan menggunakan signifikansi 5% dan dikurangi dua dari jumlah responden. Data dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari  $r$  tabel (Purnomo, 2017)

#### 4) Uji Realibilitas

Realibilitas adalah uji untuk menghindari terjadinya kesalahan dan memastikan bahwa pengukuran dilakukan secara konsisten setiap waktu diberbagai *item* pada instrumen (Sekaran & Bougie, 2016). Uji reliabilitas ditentukan berdasarkan konsistensi dan stabilitas, sehingga dapat mengetahui seberapa baik *item* yang diukur saling terkait satu sama lain. Tes yang paling populer untuk menguji konsistensi antar *item* tersebut adalah *Cronbach's Alpha*, karena disebut sebagai alat uji reliabilitas yang memadai. Kriteria dalam menentukan apakah reliabilitas dikatakan baik atau tidak dapat dilihat dari nominalnya, jika kurang dari 0,60 dianggap buruk, 0,70 dapat diterima, dan lebih dari 0,80 dikatakan baik.

#### 2. Metode Observasi

Menurut Siyoto & Sodik (2015), observasi merupakan pengamatan langsung dengan melihat, mencium, mendengar, meraba, dan pengecap menggunakan pedoman pengamatan, rekaman gambar serta suara. Pengamatan akan dilakukan untuk mengetahui pangsa pasar dan lingkungan sekitar lokasi bisnis untuk mengetahui dan menganalisa pesaing.

##### a. Data Sekunder

Menurut Sugiarto (2017), data sekunder berasal dari data primer yang diperoleh oleh pihak kedua seperti tabel atau diagram. Penulis menggunakan data tambahan yang berasal dari data yang akurat dan

terbaru melalui jurnal *online*, buku dan artikel agar sesuai dengan kondisi pasar saat ini.

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

##### **1. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan perpindahan sementara seseorang dari tempat tinggalnya untuk sementara waktu diikuti dengan tinggal di tempat tujuan dengan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan durasi minimal satu hari (Dobiki er at., 2021).

##### **2. Pengertian Restoran**

Restoran adalah sebuah tempat yang mengundang tamu-tamunya untuk duduk pada meja dan kursinya masing-masing untuk berkonsultasi mengenai apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan fokus pada hal yang paling sulit untuk di universalkan, yaitu rasa. Restoran akan menyajikan sebuah makanan yang memiliki porsi kecil dan mengakomodasi meja yang nyaman (Etcheverria, 2020)

##### **3. Sejarah Restoran**

Sebelum ditemukannya istilah “restoran”, orang-orang sudah pergi keluar untuk makan, kembali ke zaman Mesir Kuno dan Romawi. Walker (2014) menjelaskan bagaimana pada waktu itu orang Mesir hanya memiliki satu macam menu, dan bagaimana masyarakat Romawi telah memiliki toko roti dan pedagang kali lima.

Setelah jatuhnya Roma, *cooking houses* atau rumah-rumah memasak mulai muncul di London dan Eropa, namun belum disediakan tempat untuk duduk. Walker (2014) mengatakan bahwa pertama kali dibukanya kafe yaitu di

Konstantinopel, berasal dari kata Perancis Kopi. Istilah “kafetaria” berasal dari kata kafe. Walker (2014) menyatakan bahwa restoran pertama dibuka di negara Prancis. Didirikannya dengan mengadaptasi konsep restoran, dengan disediakan tempat duduk, menu, serta makanan yang disajikan kepada tamu dengan porsi individu. Restoran tersebut dinamai sebagai *Grand Taverne de Londres*.

Tempat makan pertama yang dibuka di Amerika Serikat merupakan sebuah kedai, *Coles Ordinary*, seperti yang telah dijelaskan oleh Walker (2014). Pada waktu itu, perusahaan yang menawarkan makanan, minuman, serta akomodasi yang disebut “*ordinaries, taverns, or inns*”, dan pemilik penginapan (*innkeepers*) begitu dihormati oleh masyarakat. Pada saat ini, kedai tertua yang dijalankan di Amerika sebelum zamannya George Washington yakni *Fraunces Tavern* dan masih beroperasi sampai saat ini.

#### 4. Jenis-jenis restoran

Menurut Walker (2014), restoran diklasifikasi menjadi beberapa jenis restoran antara lain:

##### a. *Independent / Chain restaurant*

*Independent restaurant* merupakan restoran yang didirikan dan dikembangkan secara mandiri oleh pemilik restoran, sehingga pemilik restoran memiliki hak serta kebebasan dalam mengembangkan segala konsep, menu, *interior*, dan lainnya sesuai dengan keinginannya.

Pada saat *Independent Restaurant* mulai berkembang dan tingginya minat konsumen dari berbagai daerah lainnya, sehingga akan mempermudah pemasaran, mendapatkan pengakuan pasar serta pengembangan sistem dari pihak *internal* dan *external* restoran.

*b. Franchise restaurant*

*Franchise restaurant* merupakan sistem bisnis penyedia barang dan jasa yang dimiliki dan dioperasikan oleh pihak-pihak berbeda, tetapi dengan nama merek yang sama, konsep, desain, sistem, prosedur, dan rencana pemasaran yang sudah ditetapkan.

*Franchise restaurant* memiliki keunggulan yaitu dengan adanya, nama *brand* yang telah dikenal oleh sejumlah masyarakat sehingga pemasaran akan menjadi sangat mudah, dan untuk kerugiannya dari segi biaya yang harus dikeluarkan untuk *franchise*, iklan, pembagian hasil dan mengikuti semua persyaratan sesuai *standard* yang sudah ditetapkan. Contoh *franchise restaurant* diantaranya Yoshinoya dan Hoka-Hoka Bento.

*c. Quick Service Restaurant (QSR)*

Restoran cepat saji merupakan restoran yang menekankan kecepatan dari segi proses produksi hingga pelayanannya. Menu yang ditawarkan kepada pelanggan cukup terbatas dan untuk pemesanan serta pembayarannya langsung di kasir. Contoh *Quick Service Restaurant* yakni KFC

*d. Quick Casual Restaurant (QCR)*

*Casual dining* dan *quick service* adalah perpaduan untuk *quick casual restaurant* ini, dari bahan makanan yang tinggi, hingga menu yang dibuat sesuai dengan pesanan.

e. *Sandwich Shop*

*Sandwich shop* adalah sebuah usaha yang menggunakan sistem operasional yang lebih sederhana bila dibandingkan dengan jenis *full service restaurant*. Menu yang ditawarkan hanya berbagai variasi *sandwich* yang dibuat dari pilihan roti, *topping*, isi, daging, sayur hingga saus yang beragam. Contoh dari *sandwich shop* adalah Subway.

f. *Casual restaurant*

*Casual Restaurant* merupakan restoran yang mengikuti gaya hidup atau *trend* masa kini, sehingga peminat dari restoran ini cukup populer karena faktor makanan dan menu yang bervariasi serta memiliki sebuah ciri khasnya tersendiri dengan ditawarkannya dekorasi yang nyaman dan menarik. Contoh dari *casual restaurant* adalah Benedict, Grand Indonesia.

g. *Family Restaurant*

Restoran yang bersifat informal dan biasanya terletak di pinggiran kota sehingga memiliki lokasi yang mudah dijangkau serta menu yang ditawarkan beragam dan dalam porsi besar. Contoh dari *family restaurant* adalah Royal Jade.

h. *Fine Dining Restaurant*

*Fine Dining Restaurant* merupakan restoran yang memiliki konsep mewah dan elegan. Restoran yang bersifat formal baik dari konsep hingga tata berpakaian. Harga yang ditawarkan pula relatif mahal dan letaknya

berada dipusat kota. Contoh *fine dining restaurant* yakni Sofia At the Gunawarman

i. *Hotel Restaurant*

Hotel restaurant mdidefinisikan sebagai restoran yang terletak didalam hotel yang mempekerjakan *professional chef* yang sesuai dengan tema restoran. Contoh dari *hotel restaurant* yaitu The Cafe di Hotel Mulia Senayan

j. *Steakhouse*

*Steakhouse* merupakan restoran yang menjadikan para pecinta daging sebagai *target market* mereka. Contoh dari *steakhouse* adalah Aged + Butchered.

k. *Ethnic Restaurant*

*Ethnic Restaurant* didefinisikan sebagai restoran yang menyajikan menu makanan dan minuman yang sesuai dengan budaya dari etnis/suku yang dipilih. Contoh dari *ethnic restaurant* adalah RM Padang Sederhana.

l. *Theme restaurant*

*Theme restaurant* adalah restoran yang memiliki keunikan tersendiri akan tema yang dibuat sehingga memiliki kesan yang menyenangkan dan

berbeda dari yang lainnya. Contoh dari *theme restaurant* adalah D'Comic, Gading Serpong.

m. *Seafood Restaurant*

*Seafood restaurant* merupakan restoran yang menyajikan berbagai jenis makanan olahan laut, antara lain: kepiting, cumi, udang, kerang, ikan, dan lain sebagainya. Contoh dari seafood restoran adalah Sentosa Seafood, Alam Sutera.

n. *Bakery Café*

*Bakery cafe* adalah restoran yang menawarkan berbagai macam roti dan kue sebagai hidangan utamanya. Contoh dari *bakery cafe* adalah Monsieur Spoon, PIK.

o. *Coffee Shop*

*Coffee Shop* merupakan restoran yang menawarkan berbagai jenis minuman yang berbahan dasar biji kopi, seperti *cappuccino*, *café latte*, *americano*, dan lain sebagainya. Contoh *coffee shop* adalah Tanamera coffee, BSD

p. *Chef-Owned Restaurant*

Restoran ini adalah jenis restoran yang dimiliki dan dikelola oleh koki profesional yang sudah memiliki pengalaman di industri sehingga

nama koki tersebut sudah tidak asing di masyarakat. Contoh *chef-owned restaurant* adalah BLANCO par Mandif oleh Chef Patron Mandif Warokka

q. *Centralized Home Delivery Restaurant*

Restoran jenis ini memiliki konsep pesan antar, dimana konsumen dapat memesan makanan melalui telepon atau internet. Contoh dari *home delivery restaurant* ini adalah Domino's Delivery.

## 5. Klasifikasi Layanan Restoran

Menurut (Cousins et al., 2020) terdapat lima metode layanan yang diberikan oleh sebuah restoran:

a. *Table Service*

Tamu akan dilayani pada meja yang sudah disediakan. *Service* ini mencakup *plated service* dan *silver service* yang cukup banyak dijumpai pada berbagai macam restoran, *cafe*, dan *banqueting*. *Table service* juga memiliki beberapa tipe layanan:

1) *Silver Service*

Penyajian dan pelayanan makanan dilakukan oleh *staff*, dan setelah tamu selesai menyantap hidangan, meja akan langsung dibersihkan oleh *staff*.

2) *Family service*

Pada *service* jenis ini akan dihidangkan *main course plated* namun untuk sayuran ditempatkan ke piring *multi-portion* untuk diambil sendiri dan saus juga diberikan secara terpisah.

### 3) *Plate/American service*

Jenis layanan ini dilakukan dengan makanan disajikan ke dalam porsi dan siap untuk dihidangkan ke meja tamu.

### 4) *French service*

Jenis layanan ini merupakan penyajian makanan yang dilakukan secara individual kepada tamu oleh pelayan. Jenis ini juga biasanya terdapat atraksi spesial yang di sebut *Gueridon*.

### 5) *Buffet service*

Jenis pelayanan ini makanan disajikan dalam jumlah yang banyak pada meja panjang. Hal seperti ini biasanya dapat ditemukan pada sebuah acara besar. Jenis pelayanan ini mengharuskan setiap tamu untuk mengambil makanannya sendiri ke prasmanan yang telah disediakan.

### 6) *Russian Service*

Jenis pelayanan satu ini merupakan layanan yang paling formal dan terkesan mewah. Pelayan memindahkan makanan dari *platter* ke piring tamu menggunakan *service set* dan dilakukan secara berlawanan dengan arah jam.

## b. *Assisted service*

Layanan satu ini yakni dimana tamu restoran yang datang akan dilayani dan duduk dimeja yang tersedia akan tetapi tamu juga melakukan kegiatan *self-service* untuk mengambil makanan sendiri. Jenis layanan ini sering ditemukan ketika *breakfast buffet* di hotel.

## c. *Self-service*

Pelayanan jenis ini mengharuskan pelanggan untuk mengambil makanannya secara mandiri. Jenis layanan ini dapat dijumpai di kafetaria dan kantin.

d. *Single point service*

Jenis layanan ini dilakukan dengan tamu memesan, membayar, dan menerima makanan dan minuman, misalnya di konter, dalam operasi makanan cepat saji atau *vending machine*.

e. *Specialized service*

Jenis pelayanansatu ini terjadi dengan makanan dan minuman dibawa ke tempat tamu berada. Layanan *tray* ini dapat ditemukan seperti di rumah sakit atau pesawat, *home delivery*, *lounge*, dan *room service*.

## 6. Pengertian dan Klasifikasi Mie

Mie merupakan makanan sumber karbohidrat yang berasal dari tepung terigu. Banyak masyarakat yang suka mengonsumsi mie mulai dari anak kecil hingga orang dewasa, selain rasanya yang enak, mie juga bervariasi sehingga masyarakat tidak bosan mengonsumsi mie. Menurut Estiasih et al. (2017), mie digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Mie basah (*boiled noodle*)

Dilakukan proses perebusan/pemasakan saat pembuatan mie basah, sehingga kandungan air yang terdapat pada mie basah tergolong tinggi yaitu  $\geq 50\%$ .

Oleh karena itu, karena tingginya kandungan air pada mie, masa penyimpanan mie pada suhu ruangan hanya 40 jam.

b. Mie Kering (*steam and fried noodle*)

Mie Kering dihasilkan melalui proses pencetakan dan pengeringan. Karena kandungan mie kering yang lebih rendah dibandingkan dengan mie basah, maka mie kering memiliki umur simpan yang relatif lebih panjang dan mudah untuk disimpan.

c. Mie instan (*instant noodle*)

Dilakukan beberapa proses tambahan pada pembuatan mie instan atau disebut mie ramen, yaitu proses pengukusan, pembentukan, lalu proses pengeringan atau penggorengan. Kemudian mie instan dikemas dan dipasarkan. Umur simpan mie instan tergolong panjang karena kandungan air yang rendah pada mie instan.

Jenis mie yang akan dijual oleh Sense Bar adalah mie basah yang masih *fresh* dan berkualitas tinggi dengan ukuran mie yang bermacam-macam menyesuaikan dengan menu mie yang ditawarkan.

## 7. Jenis – jenis Menu

Ada beberapa jenis menu menurut Walker (2013), sebagai berikut :

a. *A la Carte*

Menu secara detail dan lengkap ditampilkan pada buku menu. Seluruh makanan yang terdapat pada menu a la carte berdiri sendiri serta terdapat harga tersendiri.

b. *Table d'hote Menu*

Menu yang tersedia berbentuk *set menu*. Makanan dikelompokkan dalam bentuk *set* tertentu serta memiliki harga sesuai dengan paket yang disediakan. Setiap makanan yang telah diatur dalam paket sudah sesuai dan tidak dapat diubah atau dipilih.

c. *Special Party Menu*

Terdapat persamaan dengan *Table D'hote* menu. Namun, perbedaannya yakni *special party menu* disajikan dengan tujuan atau acara tertentu. Makanan yang disajikan juga dalam porsi yang berukuran besar. Contohnya adalah pesta pernikahan atau ulang tahun.

d. *Du Jour Menu*

Dikenal pula dengan istilah "*menu of the day*", menu ini memiliki daya tarik yang tersendiri karena menu disediakan atau ditawarkan pada hari tertentu dan berbeda-beda setiap harinya.

e. *Cylical Menu*

Disediakan pada periode tertentu dan menu ini juga dapat tersedia kembali pada periode tertentu.

Sense Bar akan menyajikan menu dengan konsep *a la carte*, semua menu akan dijual dengan harga satuan. Akan tetapi, beberapa menu mie akan dijadikan set menu dimana akan terdapat set berisikan mie dengan *side dish* atau *dessert*.

#### 8. Tinjauan Konsep Bisnis Sense Bar

Definisi kata Sense berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti rasa, merasakan. Seperti artinya, Sense Bar ingin menghadirkan *noodle bar* dengan sensasi yang nyaman, dengan konsep bar yang berarti tamu dapat menyantap mie pada bar yang disediakan dengan suasana seperti dirumah yang hangat dan nyaman. Para tamu juga dapat menikmati mie sesuai dengan selera masing-masing dari berbagai negara di Asia.

Sense Bar akan beroperasi di Golf Island Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Sense Bar akan masuk ke dalam kategori *casual dining* akan tetapi nantinya akan mengalami proses masak ketika pesanan dari tamu masuk. Hidangan yang disediakan berupa mie sebagai hidangan utama, *side dishes*, dan *dessert* yang semuanya berasal dari negara yang beragam di Asia. Mie yang disediakan akan berasal dari 5(lima) negara, yaitu Indonesia, Jepang, Korea, Thailand, dan Malaysia.

Sense Bar akan menyediakan beberapa macam mie khas dari suatu negara seperti *dry ramen* dan ramen dari negara Jepang, Curry Laksa dari Malaysia, Jjangmyoen dari Korea, Pad Thai dari Thailand, dan Jamian serta Mie Ayam dari Indonesia. Selain mie, Sense Bar akan menyediakan beberapa *side dish* dan juga *dessert* dari beberapa negara tersebut seperti Gyoza dari negara Jepang, Gimmari dari Korea, Baso Goreng dan Pangsit dari Indonesia, Babi goreng dari Thailand,

dan Satay Chicken dari Malaysia. Sense Bar juga akan menyediakan beberapa jenis *dessert* yaitu Cendol dari Indonesia, Mochi Ice Cream dari Jepang, dan Mango Sticky Rice dari Thailand.

Semua makanan disajikan berdasarkan pesanan (*made to order*) pada saat tamu memesan, sehingga makanan yang dihidangkan masih *fresh*. Sistem pemesanan melalui para pelayan yang selalu *standby* sehingga tamu dapat memesan makanan saat memasuki restoran dan pembayaran dilakukan setelah selesai menyantap makanan. Kisaran harga mie di Sense Bar berkisar Rp 32.000 - Rp 68.000 per porsi, dan untuk *side dishes* berkisar Rp 22.000 - Rp 46.000 per porsi, sementara untuk *dessert* berkisar Rp 22.000 - Rp 35.000.

Sense Bar akan beroperasi mulai pukul 10.00 hingga pukul 22.00. Karyawan akan memiliki 8 jam waktu bekerja pada satu *shift*, termasuk 1 jam untuk istirahat. *Shift* karyawan dibagi menjadi dua, yaitu *opening* mulai pukul 09.00 hingga 18.00 WIB dan *closing* pada pukul 14.00 hingga 23.00 WIB.

Konsep desain interior Sense Bar, dibuat seperti bar namun juga diberikan beberapa meja dan kursi bagi tamu yang sulit duduk di kursi bar yang cenderung tinggi, dekorasi Sense Bar menggunakan aksesoris kayu dan warna putih yang terkesan hangat dan nyaman. Semua menu makanan dapat dipesan untuk dibawa pulang atau *take-away* dan akan disediakan *counter* untuk mengambil makanan yang dibawa pulang. Konsep Sense Bar ingin menghadirkan tempat makan yang nyaman dengan hidangan utama mie yang digemari oleh masyarakat sebagai *comfort food*.