

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memberikan kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Industri pariwisata tercatat telah memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 10% dan mendapatkan prestasi sebagai nominal tertinggi di ASEAN. Industri pariwisata mencakup beberapa sektor yaitu akomodasi, transportasi, industri makanan dan minuman, obyek wisata, dan beberapa layanan pendukung pariwisata (Lukito, 2022). Industri penyediaan makanan dan minuman sebagai bagian dari industri pariwisata telah mengalami pertumbuhan tiap tahunnya berdasarkan laju pertumbuhan kumulatif PDB nasional. Dilampirkan data dari Badan Pusat Statistik(BPS), laju pertumbuhan kumulatif industri penyediaan makanan dan minuman pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan sebesar 8,23% dari tahun 2021 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023).

Tercatat pada tahun 2021, jumlah usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia berjumlah 9,026 usaha dengan kenaikan rata-rata pendapatan sebesar 22,23% dari tahun sebelumnya. Menurut Badan Pusat Statistik Nasional, industri makanan dan minuman mencakup semua usaha penyediaan makanan dan minuman adalah usaha yang mencakup berbagai kegiatan pelayanan makanan dan minuman untuk dikonsumsi segera dan memiliki beberapa jenis yaitu restoran tradisional, *self service*, maupun restoran dengan layanan *takeaway* dan pesan antar *online* (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023).

Pertumbuhan usaha layanan makanan dan minuman di Indonesia didukung dengan perilaku masyarakat Indonesia yang memiliki kecenderungan untuk membeli makanan dan minuman jadi dibandingkan komoditas makanan lainnya. Kecenderungan masyarakat Indonesia dalam membeli makanan dan minuman jadi dapat dilihat berdasarkan rata-rata pengeluaran per bulan menurut kelompok pangan yang telah didatakan oleh Badan Pusat Statistik.

TABEL 1

Rata-rata Pengeluaran per Kapita per Bulan Menurut Kelompok Komoditas

No	Kelompok Komoditas Makanan	Persentase Pengeluaran Sebulan – Kota dan Desa
1	Padi-padian	5,38
2	Umbi-umbian	0,65
3	Ikan/udang/cumi/kerang	4,24
4	Daging	2,66
5	Telur dan susu	2,67
6	Sayur-sayuran	4,09
7	Kacang-kacangan	1,03
8	Buah-buahan	2,31
9	Minyak dan kelapa	1,64
10	Bahan minuman	1,50
11	Bumbu-bumbuan	1,13
12	Konsumsi lainnya dan rokok	7,2
13	Makanan dan minuman jadi	15,64
	Total jumlah makanan	50,14

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023

Berdasarkan data yang dilampirkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2022, kelompok pangan dengan rata – rata pengeluaran per kapita per bulan tertinggi adalah makanan dan minuman jadi. Makanan jadi merupakan makanan instan atau makanan yang dijual di usaha penyedia makanan dan minuman. Makanan jadi yang menjadi favorit masyarakat Indonesia adalah makanan dengan konsep *comfort food* berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Gojek terhadap 41 juta pengguna Gojek di seluruh

Indonesia. *Comfort food* memiliki definisi sebagai makanan yang memberikan rasa nyaman dan memuaskan saat dikonsumsi (American Egg Board, 2020). Konsep *comfort food* dibangun dari fondasi dan identitas konsumen terkait makanan yang dikonsumsi. *Comfort food* yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia adalah nasi dan olahan ayam, bubur ayam, dan nasi goreng (Lavina et al., 2022).

Beras merupakan makanan pokok sehari-hari dan sumber karbohidrat favorit masyarakat Indonesia (Maligan et al., 2019). Karbohidrat adalah satu nutrisi yang memberikan peranan besar pada kebutuhan gizi masyarakat khususnya pada kebutuhan gizi untuk sarapan. Menurut World Health Organization (WHO), kebutuhan nutrisi untuk sarapan berkualitas mengandung karbohidrat (55-65%) dimana karbohidrat memberikan 75% energi yang dibutuhkan pada pagi hari (Gibney et al., 2018). Sarapan yang berkualitas dapat memberikan seperlima atau 20% energi yang dibutuhkan dalam sehari sehingga merupakan kebiasaan yang perlu dilaksanakan. Kebiasaan sarapan memiliki peran penting pada kondisi tubuh dan produktivitas kerja. Pekerja yang memiliki kebiasaan sarapan memiliki produktivitas dan konsentrasi yang bagus beserta tingkat stres dan kecelakaan kerja yang rendah (Satria et al., 2023). Memperbaiki kebiasaan sarapan menjadi salah satu bentuk solusi pemerintah Indonesia dalam memperbaiki kualitas gizi masyarakat.

Salah satu daerah yang sedang melakukan usaha perbaikan kualitas gizi adalah Kota Jayapura yang merupakan ibukota dari Provinsi Papua. Bapak

Aminudin Muhammad Rahmad selaku Kepala Kantor UNICEF Perwakilan Papua dan Papua Barat memilih Kota Jayapura untuk melaksanakan program sarapan sehat. Bapak Aminudin memilih Kota Jayapura dikarenakan Kota Jayapura memiliki komitmen tinggi dalam melaksanakan usaha perbaikan gizi masyarakatnya (Mboik, 2023). Menu sarapan yang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat kota Jayapura berdasarkan *preliminary survey* yang telah dilaksanakan adalah nasi kuning, nasi uduk, bubur ayam, mie, roti, dan sereal.

Berdasarkan hasil observasi, Kota Jayapura memiliki beberapa usaha yang menjual sarapan seperti warung nasi, kedai bakmi, minimarket, restoran padang, toko roti, dan café yang menjual menu sarapan. Usaha penyedia makanan dan minuman di Kota Jayapura sendiri mengalami peningkatan sebesar 5,67% dari tahun 2021 ke tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Jayapura, 2023b). Bapak Matias Mano selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Jayapura mendukung dibangunnya bisnis kuliner dan menyatakan bahwa peningkatan bisnis kuliner khususnya *coffeeshop* dan restoran akan menambah Pendapatan Asli Daerah dikarenakan bisnis kuliner dibutuhkan oleh semua orang (Nasrul, 2023). Peningkatan jumlah bisnis kuliner khususnya *coffeeshop* didukung oleh perilaku pengeluaran masyarakat Kota Jayapura dimana dari total pengeluaran kapita per bulan, 10,58% digunakan untuk membeli makanan jadi pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Jayapura, 2023b).

Peningkatan jumlah bisnis kuliner, perilaku pengeluaran masyarakat Kota Jayapura, dan dukungan Pemerintah Kota Jayapura untuk memperbaiki kualitas gizi masyarakat membuktikan adanya peluang untuk dibukanya bisnis

kuliner di Kota Jayapura khususnya bisnis kuliner yang menjual sarapan. Diperlukan bisnis kuliner yang menjual sarapan dikarenakan mayoritas usaha penyedia sarapan di kota Jayapura tidak menyediakan gerai *dine-in* atau tidak memiliki suasana yang nyaman dan bersih seperti pada gambar berikut.

GAMBAR 1
Usaha Penyedia Sarapan di Kota Jayapura



Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

GAMBAR 2
Usaha Kuliner Pagi di Kota Jayapura



Sumber: Tribun Papua (2023)

Penulis telah melakukan *preliminary survey* kepada 50 penduduk Kota Jayapura terkait kebiasaan sarapan. Berikut merupakan hasil data dari *preliminary survey* yang telah diterima.

TABEL 2
Preliminary Survey Penduduk Kota Jayapura

Pertanyaan	Jawaban	Persentase (%)
Faktor apa yang menghambat anda untuk sarapan ?	Ketidak tersediaan waktu	60%
	Pilihan sarapan yang terbatas	26%
	Yang lainnya	14%
	Total	100%

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan hasil data *preliminary survey* diatas, mayoritas responden menjawab bahwa faktor yang menghambat anda untuk sarapan adalah ketidak tersediaan waktu dan pilihan sarapan yang ada. Sebagai salah satu solusi dari permasalahan tersebut dan keterbatasan gerai sarapan dengan fasilitas *dine-in* yang nyaman, penulis mendirikan café yang menyediakan berbagai varian sarapan khas Indonesia praktis dari jam enam pagi sampai jam delapan malam dibuka, dengan menawarkan fasilitas *dine-in* yang nyaman.

Café yang akan diuji kelayakan bisnisnya oleh penulis bernama “Haico Café”. Pemilihan nama Haico Café berasal dari bahasa suku Tobati di Kota Jayapura yaitu Haico yang memiliki arti kata “kecil”. Konsep dari Haico Café adalah sebuah café yang menyediakan berbagai variasi sarapan dan makanan khas Indonesia sederhana dimana dari variasi menu yang ada, pelanggan dapat memilih menu sarapan sesuai preferensinya. Haico Café menawarkan berbagai variasi menu sarapan dikarenakan 62% responden *preliminary survey* Haico Café menginginkan aspek variasi menu sebagai aspek yang ingin mereka kembangkan dari menu sarapan yang biasa mereka beli. Haico Café tidak hanya menyajikan menu sarapan saja namun melihat peluang yang tersedia,

Haico Café juga menyajikan menu makanan siang dan malam berupa menu makanan berat, makanan ringan, makanan penutup, varian roti, dan minuman kopi serta minuman non kopi sehingga cakupan produk dan pasar yang dituju luas.

Haico Café adalah café dengan jenis pelayanan *American Service* dan *Single Point Service*. *American service* merupakan jenis pelayanan dimana makanan telah disajikan diatas piring di dapur lalu dihidangkan kepada pelanggan secara individu. *Single point service* merupakan jenis pelayanan dimana pelanggan melakukan pemesanan dan pembelian makanan di kasir. Haico Café memiliki menu inovasi yang bernama Nasi Dalam Awan. Nasi Dalam Awan terdiri dari beberapa varian nasi gurih Nusantara seperti nasi kucing yang dibungkus dengan bentuk silinder menggunakan *rice paper* sehingga mengonsumsi sarapan menjadi lebih praktis. Inovasi produk ini akan membantu responden untuk sarapan dikarenakan produk ini praktis untuk dikonsumsi dan dibawa sehingga responden dapat mengonsumsi sarapan walaupun memiliki waktu yang terbatas untuk mengonsumsi sarapan sebelum beraktivitas.

Untuk mengetahui keinginan penduduk Kota Jayapura akan inovasi produk yang dibuat, telah dilaksanakan *preliminary survey* dengan hasil bahwa mayoritas ingin membeli produk inovasi yang akan dibuat. Hasil *preliminary survey* telah dilampirkan pada Lampiran A. Berdasarkan *preliminary survey* yang telah dilakukan, responden memiliki keinginan untuk membeli menu sarapan Indonesia yang dikemas menggunakan *rice paper* sehingga mendukung keputusan menu inovasi yang dibuat oleh penulis. Haico Café

menyediakan konter *takeaway* sehingga pelanggan dapat menghemat waktu saat membeli sarapan ataupun produk lainnya. Haico Café akan dibangun di Kota Jayapura khususnya di Jalan Kelapa Dua Entrop No 88, Kecamatan Jayapura Selatan dengan konsep desain menggunakan aksent warna hijau tua dan merah. Konsep desain gerai Haico Café merupakan perpaduan antara rumah tradisional Papua dengan desain bangunan peranakan di Indonesia dan memberikan suasana yang indah dan menarik.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis (SKB) yang dilakukan adalah untuk menguji kelayakan untuk dibangun dengan cara menganalisa dari beberapa aspek. Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis dibagi menjadi tujuan utama yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Tujuan utama terdiri dari empat aspek yang menjadi indikator dalam menentukan kelayakan bisnis, yaitu sebagai berikut:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Untuk menganalisis permintaan pasar dan proyeksi pertumbuhan pasar berdasarkan hasil data primer berupa kuesioner dan data sekunder.
- 2) Untuk melakukan pengkajian terhadap *supply side*, dengan menganalisis bisnis dari bisnis dalam industri pariwisata sejenis secara aktual.
- 3) Untuk menganalisis posisi bisnis yang akan dibuat dalam pasar dan

mengevaluasi segmentasi pasar.

- 4) Untuk menganalisis bauran pemasaran yakni produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, paket, pemrograman, dan kerja sama.
- 5) Untuk menganalisis dampak aspek ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup dan teknologi terhadap rencana bisnis.

b. Aspek Operasional

- 1) Untuk menganalisis kebutuhan operasional bisnis yang dibutuhkan seperti lokasi pelaksanaan bisnis, fasilitas, serta teknologi yang dibutuhkan.
- 2) Untuk mengevaluasi hubungan fungsional antara aktivitas bisnis dan fasilitas bisnis yang akan dibangun.
- 3) Untuk menganalisis lokasi dari bisnis yang akan dibangun.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Untuk menganalisis deskripsi pekerjaan, visi dan misi, serta struktur organisasi bisnis yang akan dibuat.
- 2) Untuk menganalisis program pengembangan tenaga kerja.
- 3) Untuk menganalisis aspek yuridis dalam bisnis yang akan dibuat

d. Aspek Keuangan

- 1) Untuk menganalisis kebutuhan dan sumber dana bisnis yang akan dibuat.
- 2) Untuk menganalisis perkiraan biaya operasional dalam melaksanakan bisnis yang akan dibuat dan perkiraan pendapatan bisnis.

- 3) Untuk menganalisis proyeksi neraca, proyeksi rugi dan laba, serta proyeksi arus kas bisnis yang akan dibuat.
- 4) Untuk mengkaji titik impas, penilaian investasi, rasio laporan keuangan dan manajemen resiko bisnis yang akan dibuat.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Sub Tujuan adalah tujuan lainnya yang ingin dicapai penulis dalam membangun Haico Café, yakni sebagai berikut:

- a. Mendapatkan keuntungan sesuai dengan target pencapaian bisnis yang telah ditentukan.
- b. Menjadikan Haico Café sebagai café yang menyajikan sarapan, makanan dan minuman yang berkualitas, suasana yang nyaman, dan pelayanan yang berkualitas agar dapat dinikmati masyarakat sekitar.

C. Metodologi

Agar hasil Studi Kelayakan Bisnis Haico Café akurat, perlu digunakan metode penelitian untuk mendukung realisasi bisnis dengan menggunakan data yang dapat diandalkan dan akurat. Berikut merupakan metode penelitian yang digunakan pada Studi Kelayakan Bisnis Haico Café:

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada Studi Kelayakan Bisnis Haico Café adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dengan tujuan mendeskripsikan dan mengklarifikasikan suatu fenomena dalam bentuk tulisan. Sumber data yang digunakan pada metode penelitian deskriptif kualitatif adalah hasil

observasi dan wawancara (Creswell, 2018).

2. Sumber Data

Studi Kelayakan Bisnis Haico Café menggunakan dua jenis data yang diperlukan, yakni sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung dari responden atau narasumber melalui beberapa metode yang dapat digunakan seperti dengan melakukan wawancara, membagikan kuesioner, dan observasi untuk tujuan penelitian tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam melaksanakan Studi Kelayakan Bisnis, penulis menggunakan dua metode untuk mengumpulkan data, yakni sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi mengacu pada proses yang dilakukan dalam rangka pengumpulan data yang menyangkut kegiatan pengamatan, pencatatan, analisis, dan interpretasi yang terencana atas perilaku, tindakan, atau acara (Sekaran & Bougie, 2016). Tujuan dari dilakukannya observasi adalah untuk mengoptimalkan pengumpulan data mengenai kondisi pasar sekitar dan bisnis kompetitor yang terdapat di kota Jayapura. Dengan dilakukannya observasi, dapat membantu dalam perumusan kelebihan dan kekurangan pada lokasi yang dipilih sehingga dapat menjadi sebuah panduan dalam menyusun strategi.

2) Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan agak dekat. Kuesioner umumnya dirancang untuk mengumpulkan sejumlah besar data kuantitatif. Mereka dapat dikelola secara pribadi, didistribusikan secara elektronik, atau dikirimkan kepada responden (Sekaran & Bougie, 2016). Dengan perkembangan zaman dan teknologi yang cukup pesat, cara untuk mendistribusikan kuesioner menjadi lebih mudah, praktis, dan cepat dimana dapat didistribusikan melalui internet.

Survey yang menggunakan internet dinamakan dengan *online survey* yang memiliki tiga metode, diantaranya adalah *web survey*. *Web survey* mencakup tiga komponen utama yaitu desain kuesioner, distribusi, dan pelaporan. *Google Form* merupakan metode yang ideal untuk mengirimkan kuesioner singkat, memetakan hasil, atau mengeksponnya untuk dianalisis ke *spreadsheet*. *Google Form* menyediakan berbagai format pertanyaan dari kotak teks, teks paragraf, pilihan ganda, kotak centang, skala, kisi, dan lain-lain. Ini memungkinkan logika khusus untuk menavigasi melalui pertanyaan berdasarkan jawaban (Siva et al., 2019).

Maka dari itu, metode yang dipilih penulis untuk membagikan kuesioner adalah dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner

yang dibagikan kepada responden terdiri dari beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

a) Bagian informasi demografi responden

Bagian informasi demografi responden mencakup jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, jumlah pendapatan per bulan, dan domisili.

b) Bagian informasi kondisi pasar

Bagian informasi kondisi pasar berisi pertanyaan yaitu frekuensi membeli sarapan dalam seminggu, frekuensi mengunjungi café dalam seminggu, durasi yang dihabiskan di café, rata-rata pengeluaran untuk membeli di cafe, dengan siapa responden mengunjungi café, sumber informasi mengenai cafe, dan aspek pertimbangan responden dalam pemilihan cafe.

c) Bagian informasi bauran pemasaran

Bagian informasi bauran pemasaran memuat beberapa pertanyaan yang disusun berdasarkan teori Morisson tahun 2023 yang dibagi menjadi 8P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging, Programming, dan Partnership*). Untuk mengukur jawaban responden dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala likert. Skala likert adalah cara umum yang digunakan untuk mengukur pendapat dan sikap dengan cara mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju pada pernyataan yang diberikan (Sekaran & Bougie, 2016), Pada

penelitian ini menggunakan skala satu sampai enam tanpa nilai netral yaitu:

Skala Likert 1 = Sangat Tidak Setuju

Skala Likert 2 = Tidak Setuju

Skala Likert 3 = Cukup Tidak Setuju

Skala Likert 4 = Cukup Setuju

Skala Likert 5 = Setuju

Skala Likert 6 = Sangat Setuju

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain dari tujuan penelitian saat ini. Beberapa sumber data sekunder bersifat statistik buletin, publikasi pemerintah, informasi yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan yang tersedia baik dari dalam atau luar organisasi, website perusahaan, dan internet (Sekaran & Bougie, 2016). Studi kelayakan bisnis Haico Café diperoleh dari studi pustaka buku, jurnal dan artikel mengenai pariwisata, perhotelan, serta industri makanan dan minuman, olahan data statistik dari berbagai organisasi, dan lembaga survei dan lembaga pemerintahan seperti BPS.

3. Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Populasi yang ingin diteliti dalam studi kelayakan bisnis Haico Café adalah penduduk kota Jayapura yang berusia 15 tahun hingga 64 tahun. Setelah menentukan populasi maka dilanjutkan dengan penentuan sampel. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti.

Ukuran sampel adalah jumlah bagian dari populasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2016).

Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian mengacu pada teori Hair, dimana ada beberapa rasio minimum pengamatan terhadap variabel yaitu 5:1 dan 10:1. Menurut Hair et al, ukuran sampel yang lebih dapat diterima akan memiliki rasio 10:1 (Hair et al., 2019). Rasio yang dipilih penulis untuk studi kelayakan bisnis Haico Café adalah 10:1, dimana satu indikator pertanyaan, akan menggunakan sepuluh ukuran sampel. Metode yang dipilih penulis adalah metode *nonprobability sampling*. Pada metode *nonprobability sampling*, peneliti tidak memberikan peluang yang sama kepada anggota sampel. Teknik *nonprobability sampling* yang dipilih oleh penulis adalah *convenience sampling* yaitu informasi dikumpulkan dari anggota populasi yang bersedia menyediakan informasi.

4. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang tinggal di Kecamatan Jayapura Selatan, Kecamatan Jayapura Utara, Kecamatan Abepura, Kecamatan Heram, Kecamatan Muara Tami, dan Kabupaten Jayapura. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada bulan September. Observasi akan dilaksanakan di Kota Jayapura khususnya pada Kecamatan Jayapura Selatan.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Industri Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2019, industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Lalu menurut UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), industri pariwisata meliputi akomodasi untuk pengunjung, kegiatan layanan makanan dan minuman, angkutan penumpang, agen perjalanan wisata dan kegiatan reservasi lainnya, kegiatan budaya, serta kegiatan olahraga dan hiburan.(Lukito, 2022)

2. Restoran

Menurut Schmidgall, restoran didefinisikan sebagai bisnis usaha layanan yang kegiatan utamanya adalah menjual produk makanan dan minuman kepada tamu untuk mendapatkan imbalan keuntungan finansial (Rustandi et al., 2020). Lalu menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 4 tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha Restoran, usaha restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan yang digunakan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat yang permanen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021)

Diklasifikasikan berdasarkan kepemilikannya, restoran dibagi dalam dua macam klasifikasi yaitu *chain restaurant* dan *independent restaurant*. *Chain restaurant* merupakan sekelompok restoran dengan merek yang sudah

dimiliki oleh perusahaan induk sehingga memiliki konsep, desain, jenis pelayanan, menu, standar merek yang identik. *Independent restaurant* merupakan restoran yang dimiliki satu atau dua pemilik dan tidak berafiliasi dengan merek tertentu. Restoran juga dibagi menjadi beberapa kategori yaitu (Walker, 2021):

a. *Sandwich Shops*

Sandwich shop merupakan restoran dengan pengoperasian yang mudah dibandingkan jenis restoran yang berlayanan lengkap. Menu sandwich shop terdiri dari *hot and cold sandwich* dengan berbagai jenis roti dan isian daging atau sayur, dan beberapa varian minuman panas dan dingin. Contoh *sandwich shop* adalah Subway dan Quiznos.

b. *Quick Service Restaurant*

Quick Service Restaurant merupakan restoran yang menawarkan menu yang terbatas dengan penyajian yang cepat dimana pelanggan membayar di konter terlebih dahulu setelah memilih dari menu yang berisi gambar dan harga sebelum makanan disajikan. Contoh *quick service restaurant* adalah McDonalds dan KFC.

c. *Quick Casual Restaurant*

Quick Casual Restaurant merupakan kategori restoran yang berada di antara *quick service* dan *casual restaurant*. *Quick casual restaurant* memiliki ciri khas yaitu menggunakan bahan yang segar dan berkualitas tinggi, menawarkan pilihan menu makanan yang sehat, layanan terbatas, memiliki dekorasi mewah, dan makanan dapat dibawa

pulang.

d. *Family Restaurant*

Family restaurant merupakan restoran yang bersifat santai dengan menu yang sederhana dan bervariasi dengan rancangan layanan untuk menarik keluarga. Mayoritas *family restaurant* tidak menawarkan minuman beralkohol namun ada beberapa yang menawarkan minuman alkohol seperti wine dan bir.

e. *Casual Restaurant*

Casual restaurant merupakan restoran yang cocok bagi konsumen dengan gaya hidup yang santai. *Casual restaurant* memiliki ciri khas yaitu menawarkan menu khas yang unik, menu bar kreatif dengan penyajian wine yang ditingkatkan, serta dekorasi yang nyaman.

f. *Fine Dining Restaurant*

Fine dining restaurant merupakan restoran formal yang menawarkan hidangan dan pelayanan dengan harga yang cukup tinggi dimana konsumen dapat menikmati layanan dan hidangan dengan santai. Mayoritas pelanggan yang datang ke *fine dining restaurant* untuk merayakan acara khusus seperti ulang tahun, perayaan hari pernikahan, dan lain-lain.

g. *Hotel Restaurant*

Hotel restaurant merupakan restoran yang umumnya berada di hotel layanan lengkap untuk memenuhi keinginan tamu akan makanan dan minuman. Contoh hotel restaurant adalah Pala Restaurant di

Apurva Kempinski Bali.

h. *Steakhouses*

Steakhouses merupakan restoran yang menyediakan menu makanan “*steak*” sebagai fokus utama dimana menu yang ditawarkan terbatas namun menawarkan layanan yang bervariasi. Ukuran dan tingkat kematangan *steak* yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan preferensi pelanggan.

i. *Seafood Restaurants*

Seafood restaurant merupakan restoran yang khusus menyajikan hidangan laut seperti ikan, udang, kerang, cumi-cumi, dan lain-lain dimana pelanggan dapat memilih varian hidangan laut dengan jenis masakan yang mereka inginkan.

j. *Ethnic Restaurants*

Ethnic restaurant merupakan restoran yang menyajikan menu makanan yang secara khusus berasal dari daerah tertentu. Contohnya seperti restoran Seribu Rasa dan Remboelan yang hanya menyajikan menu makanan Indonesia.

k. *Theme Restaurants*

Theme restaurant merupakan restoran yang dibangun berdasarkan ide atau gagasan dari suatu aktivitas yang memiliki unsur kesenangan dan fantasi. Contohnya adalah 2D Coffee and Tea dengan desain seperti dalam dunia komik.

l. *Coffee Shops*

Coffee shops merupakan modifikasi dari bar Italia yang mencerminkan gaya hidup mengonsumsi espresso di Italia menjadi kafe yang menyediakan berbagai varian produk minuman kopi dan makanan untuk memenuhi selera konsumen. Menurut Cousins, *coffee shop* dapat buka sepanjang hari dan menyajikan berbagai jenis hidangan mulai dari hidangan sarapan sampai makan malam (Cousins et al., 2020)

m. *Chef Owned Restaurants*

Chef owned restaurant merupakan restoran yang dimiliki oleh seorang chef sehingga memiliki keunggulan dalam keahlian, pengalaman, dan pengetahuan terkait produksi makanan. Contohnya adalah Namaaz Dining yang dimiliki oleh Chef Andrian Ishak.

3. Café

Café merupakan usaha yang menyediakan makanan dan minuman dengan tingkat pelayanan yang terbatas dan kunjungan pelanggan yang tinggi (Cousins et al., 2020). Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Kafe, usaha kafe merupakan usaha penyediaan makanan dan minuman ringan yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan/atau penyajiannya di dalam satu tempat yang permanen (Pariwisata et al., 2014).

4. Jenis Pelayanan

Menurut Cousins, metode pelayanan makanan dan minuman terbagi

menjadi lima bagian berdasarkan proses pelanggan yaitu sebagai berikut(Cousins et al., 2020):

a. *Table service*

Table service merupakan jenis pelayanan dimana makanan disajikan diatas meja tamu. *Table service* terbagi menjadi lima jenis yaitu:

1) *Silver service*

Silver service merupakan jenis pelayanan formal dimana makanan disajikan oleh pelayan dari nampan yang sudah berisi makanan yang telah disiapkan di dapur menggunakan sendok dan garpu ke piring pelanggan.

2) *Family style service*

Family style service merupakan jenis pelayanan dimana hidangan disajikan menggunakan wadah yang besar di tengah meja pelanggan sehingga pelanggan dapat mengambil sendiri hidangan yang disajikan ke piring masing – masing.

3) *American service*

American service merupakan jenis pelayanan dimana makanan telah disajikan diatas piring di dapur lalu dihidangkan kepada pelanggan secara individu.

4) *French service*

French service merupakan jenis pelayanan dimana makanan dihidangkan dan dipresentasikan oleh pelayan kepada pelanggan secara individual.

5) *Gueridon service*

Gueridon service merupakan jenis pelayanan dimana makanan disajikan di piring pelanggan dari *gueridon*. Makanan diletakkan diatas piring perak dan *gueridon* dari dapur lalu *gueridon* dibawa ke samping meja pelanggan untuk persiapan akhir dan menghidangkan makanan.

b. *Assisted service*

Assisted service merupakan jenis pelayanan dimana hidangan disajikan sebagian di meja pelanggan dan sebagian diambil sendiri oleh pelanggan dari beberapa konter. Contohnya seperti *buffet* atau *all you can eat*.

c. *Self service*

Self service merupakan jenis pelayanan dimana pelanggan yang mengambil makanan dan minuman yang telah mereka pesan dari meja prasmanan atau konter.

d. *Single point service*

Single point service merupakan jenis pelayanan dimana pelanggan melakukan pemesanan, pembayaran, dan penyajian makanan dan minuman di konter.

e. *Specialised service*

Specialised service merupakan jenis pelayanan dimana makanan dan minuman diantarkan ke lokasi pelanggan seperti dengan menggunakan baki di rumah sakit, pengiriman ke rumah, dan *room service*.

5. Menu

Menu didefinisikan sebagai elemen paling penting atau jantung dari sebuah restoran. Menu melampirkan semua makanan dan minuman yang ditawarkan dalam sebuah restoran. Dalam merancang menu, perlu diselaraskan dengan konsep restoran dan didasarkan pada apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Cousins, menu terbagi menjadi dua kelas yaitu sebagai berikut (Cousins et al., 2020)

a. *À la carte menu*

À la carte menu merupakan menu yang disusun atas berbagai jenis pilihan makanan disertai dengan harga dari masing-masing makanan. *À la carte* menu memiliki beberapa kriteria yaitu pilihan menu yang lebih banyak daripada *set menu* dan setiap hidangan memiliki harga terpisah.

b. *Table D'Hote Menu/ Set menu*

Table D'Hote menu merupakan daftar dengan jumlah hidangan makanan yang tetap dan disusun menjadi satu paket makanan dengan harga secara keseluruhan dihitung dalam satu paket. *Table D'Hote* menu memiliki ciri-ciri seperti jumlah hidangan terbatas dalam bentuk paket dan harga yang tetap.

6. Sarapan

Sarapan merupakan waktu makan pertama di pagi hari setelah periode tidur terlama dan dikonsumsi dalam dua sampai tiga jam setelah bangun. Sarapan terdiri dari makanan dan minuman dari setidaknya satu kelompok makanan dan dapat dikonsumsi di lokasi manapun.

Selain dari itu, sarapan juga didefinisikan sebagai makanan pertama yang dikonsumsi diantara jam enam sampai jam sembilan pagi. Menurut Hardinsyah, sarapan harus dilakukan sebelum jam sembilan pagi dikarenakan aktivitas biasa dimulai pada jam sembilan pagi dan satu jam sebelum melakukan aktivitas, kadar glukosa darah dalam tubuh menurun sehingga membutuhkan nutrisi yaitu dari sarapan yang dikonsumsi (Fitriana, 2020)

Sarapan yang lengkap harus menyediakan sekitar 20-25% dari total energi yang dibutuhkan untuk hari itu, yang setara dengan seperlima dari energi yang dibutuhkan. Menurut Kementerian Kesehatan, sarapan berkualitas tinggi mencakup beragam makanan dan kombinasi bahan yang seimbang dimana setengah dari porsi makanan keseluruhan harus berasal dari sayuran dan buah-buahan, sedangkan setengahnya lagi harus terdiri dari makanan pokok, lauk pauk, dan minuman (Fitriana, 2020)

Indikator kunci sarapan bergizi dan berkualitas tinggi mencakup kandungan energi yang cukup, serat makanan, karbohidrat kompleks, dan rendah lemak. Sarapan lengkap biasanya mencakup makanan seperti nasi, lauk pauk, sayuran, dan minuman. Sesuai rekomendasi World Health Organization (WHO), sarapan berkualitas yang memenuhi kriteria tersebut harus mengandung karbohidrat (55-65%), protein (12-15%), lemak (24-30%), serta vitamin dan mineral esensial, yang dapat diperoleh dari sayuran dan buah-buahan (Rafika et al., 2018)

E. Aplikasi Konsep Teoritikal

Haico Café merupakan sebuah *independent restaurant* berupa café yang menyediakan berbagai variasi sarapan khas Indonesia sederhana dimana dari variasi menu yang ada, pelanggan dapat memilih menu sarapan sesuai preferensinya. Menu makanan yang disajikan oleh Haico Café berupa menu *à la carte* yang terdiri dari menu sarapan yaitu Nasi dalam Awan dan Sarapan Nyantai, menu makanan berat yaitu Lapar Sekale, menu makanan ringan yaitu Nongki DuluTo, menu makanan penutup yaitu Manise, menu varian roti, dan menu Kofe dan non Kofe yaitu varian minuman kopi dan non kopi. Untuk menu Nasi Dalam Awan dari Haico Café seperti nasi kuning, nasi uduk, nasi kucing, nasi jinggo, dan nasi liwet akan dilapisi dengan *rice paper* serta menggunakan daun pisang sebagai bentuk pengemasan makanan.

Sesuai pada definisi dari sarapan bahwa waktu sarapan adalah dari jam enam pagi sampai jam sembilan pagi maka Haico Café akan dibuka dari jam enam pagi sampai jam delapan malam. Jenis pelayanan dari Haico Café adalah *american service* dan *single point service* dimana makanan telah siap disusun dengan rapi di wadah makanan untuk disajikan di meja tamu namun tamu melakukan pemesanan dan pembayaran di konter kasir. Untuk konsep desain dari Haico Café adalah perpaduan antara desain arsitektur rumah tradisional Papua dengan desain bangunan bersejarah Indonesia. Warna utama yang akan dipakai di Haico Café adalah warna hijau dan merah. Fasilitas di Haico Café terdiri dari fasilitas konter *takeaway*, *wifi*, toilet, area parkir, *air conditioner*, dan lain-lain.

Haico Café memfasilitasi pelanggan dengan berbagai metode pembayaran tunai maupun non tunai (*e-wallet*, debit/kredit, dan QRIS). Haico Café terdiri dari saluran distribusi langsung maupun tidak langsung yaitu gerai dine-in dengan konter *takeaway* yang berlokasi di Jl. Kelapa Dua Entrop, layanan pesan antar online, dan reservasi melalui Whatsapp.

