

# BAB I PENDAHULUAN

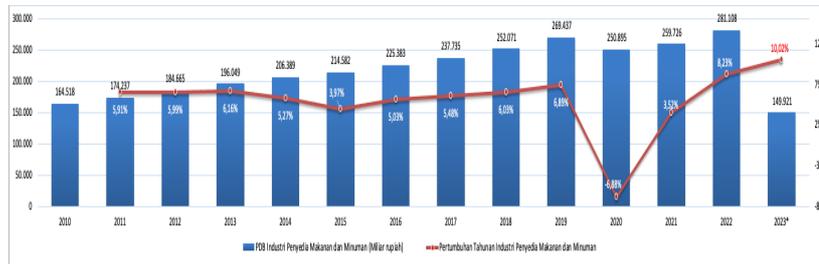
## A. Gagasan Awal

Perkembangan zaman telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam penyediaan makanan. Restoran, sebagai penyedia makanan, telah mengalami kemajuan pesat. Di masa lalu, restoran hanya berfungsi untuk menyajikan makanan kepada mereka yang tidak memiliki fasilitas memasak, individu yang kurang mampu, dan para pelancong yang sedang dalam perjalanan. Namun, saat ini, restoran telah menjadi tempat di mana orang mencari kepuasan, kesenangan, dan merasakan pengalaman baru melalui makanan (Akdeniz, 2019)

Restoran sekarang ini bukan lagi hanya tempat yang dikunjungi oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan makanan dasar. Saat ini, restoran juga menjadi tujuan bagi konsumen untuk memenuhi berbagai kebutuhan sosial. Konsumen dapat mengunjungi restoran atau memesan makanan dari sana dengan tujuan sederhana seperti mencicipi hidangan yang berbeda dari yang biasanya mereka masak di rumah, mengatasi kebosanan, bersosialisasi dengan orang lain, menghabiskan waktu luang, menunggu seseorang, atau bahkan hanya untuk mencari kenyamanan (Barrows et al., 2019). Layanan makanan dan minuman adalah sektor jasa yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman secara komprehensif untuk dikonsumsi langsung oleh pelanggan. Layanan ini dapat ditemukan dalam berbagai jenis restoran, mulai dari restoran tradisional dengan pelayanan meja, restoran self-service, hingga restoran yang fokus pada layanan bawa pulang (*take away*) (Davis et al., 2018)

**Gambar 1**

**Grafik Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman**



Sumber: Pusat Data Industri ( 2023)

Di Indonesia saat ini usaha restoran merupakan suatu usaha yang mengalami peningkatan paling signifikan, dapat dilihat dari gambar pertumbuhan dari tahun 2019 - triwulan 2023. Pada kuartal awal 2020, kinerja industri penyedia makanan dan minuman mengalami penurunan ini di akibatkan oleh munculnya pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran covid 19. Sedangkan di tahun - tahun berikutnya terus terjadi peningkatan yang baik untuk kinerja tahunan restoran. Periode kuartal satu 2023 terjadi pertumbuhan yang cukup positif. Hal ini membuktikan bahwa persentase pertumbuhan restoran di Indonesia dapat menjadi acuan bagi para pelaku bisnis makan dan minuman di Indonesia bahwa industri makanan dan minuman dapat terus bertumbuh dan memiliki peluang usaha yang baik untuk perekonomian Indonesia.

**TABEL 1**  
PDRB Kota Bandung Atas Dasar Harga Konstan (Juta Rupiah)

Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
Penyedia Akomodasi, Makanan & Minuman	8.715.422	9.483.982	9.889.467	8.084.902	8.179.173

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2023)

Berdasarkan pada tabel Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bandung pada sektor penyedia akomodasi makanan dan minuman terdapat pertumbuhan yang positif setiap tahunnya, walaupun di tahun 2020 mengalami penurunan di akibatkan oleh adanya PPKM pandemi Covid-19. Namun di tahun 2021 kembali memberikan dampak yang positif hal ini dapat di jadikan sebagai peluang yang baik dalam mendirikan sebuah restoran di Kota Bandung.

Menurut Wijaya (2019), pengaruh globalisasi telah mengakibatkan masyarakat Indonesia semakin terbuka dan tertarik pada masakan-masakan internasional, termasuk masakan dari Jepang, Thailand, India, Prancis, Korea dan negara-negara lainnya. Industri makanan dan minuman di Indonesia juga mengalami pertumbuhan berkat pengaruh budaya asing yang masuk. Budaya asing ini mencakup berbagai hal seperti kuliner, film, musik, tarian, dan sebagainya. Salah satu budaya yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia adalah budaya Korea. Masuknya budaya Korea ke Indonesia ini di sebut juga *Korean Wave*, dengan berkembangnya budaya korea di Indonesia mempengaruhi masyarakat untuk mempelajari lebih dalam kebudayaan korea (Hasanah & Rencidiptya, 2020)

Makanan Korea di Kota Bandung sebenarnya sudah cukup banyak, beberapa nama yang cukup terkenal adalah Chinggu restaurant, Charada, Korean House Bandung, Chung Gi Wa. Chung Gi Wa merupakan salah satu restaurant yang sudah cukup lama beroperasi di Bandung. Restoran ini merupakan restoran korea yang memiliki konsep seperti sedang makan di

kerajaan, Chung Gi Wa menawarkan beragam menu makana Korea yang *authentic*. Menu utama dari yang khas dari restaurant ini adalah *Barbeque*.

**TABEL 2**  
Perkembangan Jumlah Restoran Korea di Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah Restoran Korea
1	2013	5
2	2014	7
3	2015	12
4	2016	22
5	2017	27
6	2018	39
7	2019	37
8	2020	43
9	2021	48
10	2022	53

Sumber : Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bandung (2023)

Berdasarkan pada data perkembangan jumlah restoran korea di Kota Bandung , terjadi peningkatan yang terjadi secara terus menerus dari tahun ketahun di mulai dari tahun 2013 terdapat 5 restoran korea di Kota Bandung dan meningkat secara terus menerus di tahun tahun berikutnya, sehingga di tahun 2022 terdapat 53 restoran Korea di Kota Bandung. Hal ini disebabkan oleh semakin menyebarnya virus *K-wave* melalui platform – platform media sosial sehingga memberikan peluang usaha yang besar untuk para pelaku pelaku bisnis makanan dan minuman untuk membuka restoran bertema korea.

Dengan melihat antusiasme warga bandung terhadap makanan Korea, maka terbentuklah ide untuk membuat sebuah restoran yang akan memberikan pengalaman unik kepada para pengunjung. Dimana, restoran akan menyajikan makanan *authentic* Korea sesuai dengan musim yang sedang berlangsung di Korea Selatan, hal ini dilakukan untuk memberikan pengalaman yang unik dan baru bagi para pelanggan yang datang. Selain mengeksplorasi cita rasa *autentic* Korea, restoran juga akan berkolaborasi

dengan Chef asal Korea Selatan, restoran akan dirancang dengan suasana yang khusus dan nyaman agar para tamu bisa benar-benar merasa terhubung dengan budaya Korea. Dengan demikian, restoran ini akan menjadi tujuan utama bagi para pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang istimewa dan harmonis dalam suasana yang menenangkan, Haneul Koren Restaurant akan mengusung konsep “Hanok“ yang merujuk pada rumah tradisional Korea. Restoran akan menciptakan lingkungan yang menggambarkan keindahan dan keaslian dari rumah-rumah tradisional Korea. Kata “ Haneul “ merupakan sebuah kata dalam Bahasa korea yang memiliki arti “ Langit “. Nama ini dipilih untuk menciptakan citra atau kesan yang menenangkan, sejuk, eksklusif, nama ini tidak hanya menciptakan hubungan dengan budaya Korea tetapi juga menggambarkan suasana yang diharapkan dapat dinikmati oleh para pengunjung saat menikmati hidangan Korea. Haneul Korean Resturant akan terletak di Mall Istana Plaza , Kota bandung, Lokasi ini di pilih karena memiliki kesesuaian dengan tema restoran, serta memiliki akses jalan yang mudah di akses oleh para pelanggan.

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

Studi kelayakan bisnis ini dirancang untuk melakukan analisis mengenai keberlanjutan dan layak tidaknya operasional Haneul Korean Restaurant dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang relevan. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk mengevaluasi kemampuan bisnis tersebut dalam mencapai kesuksesan jangka panjang selain itu, terdapat juga sub-tujuan yang meliputi aspek-aspek tertentu yang akan dievaluasi secara rinci

dalam studi kelayakan ini. Tujuan Studi Kelayakan bisnis ini terbagi kedalam dua tujuan utama, yaitu sebagai berikut :

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a) Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Memahami dan menganalisa permintaan serta penawaran produk di pasar memeriksa dan mengukur segmentasi , target serta posisi bisnis dalam pasar.
- 2) Untuk mengkaji elemen - elemen penting dalam bauran pemasaran yaitu dari produk, harga distribusi, promosi, manajemen sumber daya manusia (SDM), strategi pemasaran, perencanaan dan kolaborasi.

b) Aspek Operasional

- 1) Menganalisa dan menilai persyaratan operasional restoran termasuk dengan lokasi usaha, fasilitas yang diperlukan, kebutuhan ruang, dan teknologi yang dibutuhkan
- 2) Memastikan bahwa fasilitas yang dibutuhkan beroperasi sesuai dengan fungsinya.

c) Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Mengevaluasi penyusunan struktur organisasi yang mencakup pembagian peran dan tugas
- 2) Mengevaluasi ketersediaan dan kualifikasi sumber daya manusia yang diperlukan dalam kegiatan operasional bisnis

- 3) Mengevaluasi program pengembangan sumber daya manusia yang mencakup langkah - langkah yang dimulai dari perkutan, pemilihan, pengenalan , hingga pelatihan serta pengembangan keterampilan.

d) Aspek Keuangan

- 1) Mengevaluasi kebutuhan dana untuk operasi bisnis, mengidentifikasi sumber - sumber keuangan yang tersedia, dan merencanakan bagaimana dana tersebut akan dialokasikan dalam bisnis.
- 2) Mengevaluasi proyeksi pengeluaran dan pendapatan.
- 3) Mengevaluasi proyeksi neraca,laporan laba rugi , arus kas , dan titik impas bisnis.
- 4) Mengevaluasi analisis investasi, rasio - rasio laporan keuangan serta manajemen resiko

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Selain beberapa aspek yang telah di sebutkan di atas terdapat juga beberapa tujuan yang ingin dicapai dari pembangunan bisnis Haneul Restaurant ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Dapat bekerja sama dengan para pemasok bahan baku makanan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan.
- b. Membuka peluang pekerjaan baru bagi warga sekitar.
- c. Mencapai profitabilitas sesuai dengan target bisnis yang ditetapkan.

Menyediakan produk dan jasa yang menarik serta memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

- d. Memenuhi kewajiban pembayaran pajak untuk berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian daerah dan negara.

### **C. Metodologi**

#### **1. Data Primer**

Menurut Bougie Roger & Sekaran Uma (2019), Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari narasumber melalui kuesioner, wawancara, dan observasi dengan tujuan penelitian tertentu. Tujuan utama dari pengumpulan data primer ini adalah untuk mendapatkan data yang spesifik dan sesuai dengan penelitian. Selain itu hasil dari wawancara atau kuesioner dapat dijadikan sebagai acuan untuk melengkapi serta memvalidasi informasi yang ditemukan dalam data sekunder

Di dalam penulisan Studi Kelayakan Bisnis ini, data primer didapatkan melalui dua teknik pengumpulan data yaitu:

##### **1) Observasi**

Menurut Bougie Roger & Sekaran Uma (2019), observasi merupakan proses yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati, merekam, menganalisis, dan menginterpretasi suatu objek atau kejadian yang telah direncanakan. Dalam proses pengumpulan data observasi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung melalui pengamatan visual dan non visual terhadap situasi objek yang sedang diamati. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam mengumpulkan data mengenai tingkat kunjungan di daerah Pasir Kaliki Bandung, keadaan pasar dan

kompetitor yang berada di sekitar. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan yang terdapat dalam lokasi yang telah dipilih sehingga dapat menjadi panduan dalam merancang strategi.

## 2) Kuisisioner

Menurut Saunder & Tornhill (2019), data primer dapat diperoleh melalui berbagai pendekatan seperti interaksi langsung dengan individu serta penggunaan media internet, ataupun melalui media kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan informasi. Salah satu metode yang saat ini semakin diminati untuk di distribusikan adalah melalui kuisisioner online. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat membuat kuisisioner dengan lebih kompleks dan menarik bagi responden serta lebih mudah untuk mendistribusikannya kepada responden dalam waktu singkat, selain itu dengan adanya metode online biaya yang dikeluarkan cenderung lebih rendah dibandingkan dengan kuisisioner konvensional (Bordens & Abbott, 2018). Di dalam Studi Kelayakan bisnis Haneul Restaurant, akan menggunakan metode *Internet survey* dengan menyebarkan kuisisioner secara online yang bertujuan untuk menjangkau banyak responden di berbagai wilayah geografis dengan biaya yang relatif rendah dan dengan waktu penyebaran yang lebih singkat. Kuisisioner akan dibagikan kepada 289 orang sample remaja dan orang dewasa yang menyukai makanan asia atau makanan Korea. Pembagian kuisisioner akan dilakukan secara online dengan menggunakan platform media sosial.

a) Waktu dan Lokasi Studi

Penelitian ini akan dilakukan di lakukan dengan membagikan kuesioner kepada para responden yang berada di daerah Kota Bandung dan sekitarnya yang berdekatan dengan lokasi restoran.

b) Target populasi dan Sample

Menurut Bordens & Abbott (2018), Populasi merupakan seluruh individu yang termasuk kedalam cakupan penelitian. Sasaran populasi untuk studi kelayakan bisnis ini adalah penduduk yang berusia antara remaja hingga dewasa dan tinggal di wilayah Kota Bandung dan sekitarnya. Dalam hal ini populasi yang akan diteliti oleh Haneul Korean Restaurant adalah warga yang tinggal di sekitar kota Bandung dengan rentang usia 20 – 65 Tahun, Dalam penentuan *sample* diperlukan pengukuran *sample size* atau ukuran sampel adalah jumlah bagian dari populasi yang diperlukan dalam sebuah penelitian sehingga dapat ditarik kesimpulan

Menurut Ho (2014), menentukan jumlah kuesioner adalah sebanyak jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikalikan lima atau lebih. Berdasarkan (Saunders & Thornhill, 2019), terdapat dua teknik *sample* yang dapat dilakukan dalam pengambilan *sample* yaitu *Non – probability sampling* dan *Probability Sampling*. Dalam proyek penelitian kuesioner merupakan teknik pengambilan data paling simple yang dapat digunakan. Dalam hal ini Haneul Korean Restaurant akan menggunakan metode *convenience*

*sampling*, dimana teknik ini merupakan teknik pengambilan data yang paling mudah dan cepat untuk didapatkan.

## 2) Data Sekunder

Menurut Bougie Roger & Sekaran Uma (2019), Data sekunder merupakan sebuah data yang sebelumnya sudah ada dan dikumpulkan oleh individu tertentu untuk tujuan tertentu. Data sekunder biasanya didapatkan dari sumber - sumber tertentu seperti publikasi statistik yang dipublikasi oleh pemerintah, perusahaan ,atau organisasi serta informasi yang dapat di akses melalui internet ,namun saat menggunakan data sekunder penting untuk melakukan evaluasi secara cermat terhadap validitas data sekunder sebelum menggunakannya. Dalam penelitian ini Haneul Restaurant menggunakan data sekunder yang berasal dari studi pustaka buku, jurnal dan artikel mengenai industri makanan dan minuman, pariwisata serta perhotelan, olahan data statistik dari pusat pengelolaan data resmi ,lembaga survei dan lembaga pemerintahan, serta beberapa situs terpercaya yang dapat digunakan untuk memperkuat dasar teori dan pengembangan pemikiran studi. Haneul Korean Restaurant bertujuan untk mendapatkan wawasan yang mendalam dan terinformasi tentang konteks industri yang relevan sehingga nantinya akan menjadi dasar yang baik untuk dapat di analisis dengan lebih baik.

## D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

### 1. Pengertian Restoran

Restoran merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Perancis “*restaurant*” yang memiliki arti pemulih energi dan biasa di gunakan sebagai tempat umum yang menjual sup dan roti di pertengahan abad 1700. Namun sekarang ini setiap tempat umum yang makanan yang dapat dikonsumsi baik di luar maupun di dalam ruangan disebut dengan restoran (Barrows et al., 2011). Restoran umumnya menawarkan berbagai pilihan menu dan memiliki fasilitas seperti meja dan kursi bagi para pelanggan. Restoran juga biasanya menyediakan layanan pelayanan makanan dan minuman yang dilakukan oleh staf atau pelayan yang terlatih. Restoran dapat beroperasi dengan berbagai konsep, seperti restoran cepat saji, restoran fine dining, restoran tema, dan banyak lagi, yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2014 mengenai Standar usaha restoran menjelaskan bahwa Restoran adalah bentuk usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman kepada pelanggan dengan tujuan mencapai keuntungan. Restoran ini memiliki fasilitas yang telah dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan yang memadai untuk memproses, menyimpan, dan menyajikan makanan. Tempat restoran berlokasi secara tetap dan tidak berpindah-pindah. Fokus utama dari restoran ini adalah untuk menghasilkan laba melalui penjualan makanan dan minuman kepada pelanggan.

## 2. Sejarah Restoran

Pada tahun 512 SM, terdapat sebuah restoran yang populer yang hanya menyajikan satu jenis hidangan yang terbuat dari unggas, sereal, dan bawang merah di lokasi tersebut. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 70 SM di Roma, muncul beberapa kedai yang menjual berbagai macam makanan, termasuk roti, keju, anggur merah, kacang-kacangan, kurma, dan hidangan hangat lainnya. Pada masa itu, beberapa kedai ini terkesan dimiliki oleh satu pihak karena memiliki hidangan-hidangan yang serupa (J. R. Walker, 2021)

Di tahun 1200 SM, mulai ada perkembangan industri makanan rumahan di London, Paris, dan beberapa kota lain di Eropa, namun makanan yang dijual tidak bisa langsung dikonsumsi di tempat tersebut. Sebagai gantinya, konsumen harus membawa makanan tersebut ke tempat lain seperti kedai atau hostel untuk dikonsumsi. Kemudian, pada tahun 1475, sebuah kafe pertama kali ditemukan di Konstantinopel, yang sekarang dikenal sebagai Istanbul. Kafe ini khusus menjual kopi, dan istilah "*café*" berasal dari kata "*coffee*" dalam Bahasa Prancis. (J. R. Walker, 2021) Pada tahun 1652, pendirian *coffee house* di Inggris menciptakan tren yang cepat menyebar. Hal ini dipicu oleh sebuah iklan yang mengklaim bahwa kopi memiliki manfaat sebagai obat untuk berbagai masalah kesehatan, seperti meredakan sakit perut, meningkatkan pencernaan, serta mengatasi gangguan mata dan demam. Melihat peluang ini, sebuah perusahaan asuransi merasa terinspirasi untuk membuka *coffee house* mereka sendiri yang dikenal dengan sebutan Lloyd's Coffee House.

Trend ini kemudian berkembang dan menyebar ke berbagai negara bagian di Amerika, sehingga menciptakan gelombang popularitas *coffee house* di sana. (J. R. Walker, 2021) Perkembangan konsep restoran modern dimulai dari usaha seorang penjual sup bernama M. Boulanger di Paris. Pada tahun 1765, M. Boulanger menjual sup yang diklaim memiliki sifat memulihkan dan memberikan energi. Inovasi ini kemudian memunculkan istilah "*restaurant*" yang berasal dari kata "*restore*" dalam Bahasa Prancis. Pada tahun 1782, restoran modern sebenarnya lahir di Rue de Richelieu dengan nama the Grand Taverne de Londres. Restoran ini menjadi titik awal dari konsep restoran yang kita kenal saat ini.

Pada masa revolusi Prancis pada tahun 1794, beberapa juru masak kerajaan kehilangan pekerjaan mereka. Dalam situasi ini, sejumlah juru masak memutuskan untuk mencari peluang baru di negara-negara Eropa lainnya dan bahkan melintasi samudera menuju Amerika. Mereka membawa pengalaman kuliner dan keahlian mereka ke tempat-tempat baru, membantu memperluas dan mempengaruhi perkembangan restoran di seluruh Eropa dan Amerika (J. R. Walker, 2021)

### 3. Jenis - Jenis Restoran

Berdasarkan (J. R. Walker, 2021), Restoran memiliki beberapa klasifikasi diantaranya adalah:

#### a. *Chain or independent Restaurant*

Berarti pemilik restoran memiliki kebebasan untuk mengatur konsep restoran, menentukan variasi menu makanan, merancang tata letak dan

dekorasi restoran, menentukan harga jual, serta mengatur aspek-aspek lainnya sesuai keinginan mereka.

b. *Franchise Restaurant*

Merupakan Jenis restoran yang didirikan oleh individu atau perusahaan yang telah mendapatkan izin dari pemilik restoran untuk menjalankan merek restoran tersebut. Dalam kemitraan waralaba, penerima waralaba memiliki tanggung jawab untuk membayar biaya tertentu kepada pemilik waralaba, termasuk biaya franchising fee, royalty fee, dan advertising fee. Jumlah biaya ini telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik waralaba.

c. *Sandwich Shops*

Merupakan sebuah tempat makan yang menyediakan beragam pilihan sandwich dengan opsi untuk disajikan dalam kondisi panas atau dingin, serta dengan berbagai variasi roti dan topping yang berbeda. Selain itu, restoran sandwich juga menawarkan menu tambahan seperti sup, kue, dan minuman hangat atau dingin sebagai variasi yang dapat dipilih oleh para pelanggan.

d. *Quick-service Restaurant*

Restoran layanan cepat (*quick-service restaurant*) adalah jenis restoran yang memiliki fokus pada penyajian makanan dengan cepat kepada pelanggan. Restoran ini menawarkan menu yang terbatas dan mewajibkan pelanggan untuk melakukan pembayaran sebelum menerima makanan. Pop-up restaurant dan food truck termasuk dalam kategori restoran layanan cepat.

e. *Quick Casual Restaurant*

Merupakan gabungan konsep antara pelayanan cepat dan casual dining. Restoran ini menawarkan makanan dengan bahan berkualitas tinggi dan segar, namun dengan pelayanan yang terbatas atau memiliki unsur self-service.

f. *Family Restaurant*

Family restaurant adalah jenis restoran yang memiliki suasana non-formal, menyediakan berbagai pilihan makanan dan pelayanan yang sederhana namun menarik bagi pelanggan yang ingin datang bersama keluarga atau rekan. Restoran ini biasanya terletak di daerah yang mudah dijangkau.

g. *Casual Restaurant*

Di era globalisasi yang terus meningkat ini, restoran casual menjadi semakin populer. Jenis restoran ini menawarkan menu makanan yang khas serta menciptakan suasana dan dekorasi yang nyaman bagi para pengunjung.

h. *Fine Dining Restaurant*

Restoran formal yang menawarkan pelayanan yang tinggi dan memiliki beragam pilihan makanan serta minuman dengan standar yang sangat baik, termasuk beberapa bahan impor dari luar negeri. Restoran ini seringkali menjadi pilihan para tamu yang ingin merayakan acara-acara istimewa seperti ulang tahun, pernikahan, atau pertemuan bisnis yang penting.

i. *Hotel Restaurant*

Hotel restaurant adalah restoran yang terletak di dalam sebuah hotel dan menawarkan dekorasi, penataan meja, pelayanan, serta pilihan makanan dan minuman yang elegan. Fokus utama dari hotel restaurant adalah memenuhi kebutuhan tamu hotel, baik itu dalam hal makanan, secangkir kopi, atau bahkan minuman beralkohol seperti cocktail.

j. *Steak Houses*

Steakhouses adalah jenis restoran yang memiliki menu utama yang didominasi oleh steak, disertai dengan beberapa pilihan makanan dan minuman lain yang terbatas. Steakhouses biasanya ditujukan kepada para penggemar steak, yang mencari pengalaman kuliner yang khusus dalam menikmati hidangan daging panggang.

k. *Seafood Restaurant*

Merupakan sebuah restaurant yang menawarkan berbagai macam makanan dengan pilihan makanan berbahan dasar hewan laut

l. *Ethnic Restaurant*

Restoran ini menghadirkan hidangan khas dari suatu daerah atau negara tertentu, disertai dengan musik dan dekorasi yang mencerminkan suasana di daerah atau negara tersebut.

m. *Theme Restaurant*

Theme restaurant adalah jenis restoran yang memiliki konsep dan tema unik yang menciptakan suasana yang menyenangkan, seperti tema olahraga, film, karakter kartun, dan lain sebagainya.

n. *Coffee Shops*

Coffee shops adalah tempat yang menawarkan berbagai pilihan minuman berbasis kopi sebagai menu utama, lengkap dengan menu lain seperti berbagai jenis teh dan makanan ringan.

o. *Chef-owned Restaurant*

Sebuah restoran yang didirikan oleh seorang chef berpengalaman di industri kuliner yang menjalin kolaborasi dengan individu atau kelompok yang memiliki ketertarikan, pengalaman, dan motivasi tinggi di bidang makanan dan minuman.

p. *Celebrity Chefs Restaurant*

Restoran yang didirikan oleh seorang chef terkenal, yang dikenal karena karya-karyanya dalam menciptakan buku resep, sering muncul di acara televisi, bahkan mungkin memiliki program televisi sendiri.

q. *Centralized Home Delivery Restaurant*

Restoran ini memiliki sistem pelayanan yang terpusat dan mengutamakan layanan pesan antar. Pelanggan dapat memesan makanan melalui internet, baik secara online maupun melalui aplikasi yang disediakan. Setelah pesanan diterima, restoran segera memproses dan mengantarkan makanan yang dipesan langsung ke alamat pembeli.

#### 4. Jenis Pelayanan Restoran

Menurut Cousins & Weekes (2020), terdapat beberapa jenis pelayanan yang digunakan oleh restaurant diantaranya:

a) *Table Service*

- 1) *American Service*: Makanan akan di sajikan dalam porsi yang sudah di atur di atas piring, pelayan akan mengantarkan makanan ke meja.
- 2) *French Service*: Merupakan pelayan paling rumit dimana makanan tamu akan disiapkan dan disusun di dapur , pelayanan akan membawa makanan menggunakan *guerdition* kemudian menyajikan di piring tamu.
- 3) *Russian Service*: Makanan akan diletakan di atas *silver salvers*, dan sudah diporsikan dari dapur, kemudian makanan akan dibawa dan disajikan ke piring tamu.
- 4) *English Service*: Makanan disiapkan dari dalam dapur namun tidak disajikan seperti *Russian Service*.

b) *Self-Service*

Dalam pelayanan ini tamu akan secara langsung mangambil makanan ke meja. Tamu akan di arahkan untuk mengambil makananan sendiri ke meja counter yang sudah di sediakan lalu melakukan pembayaran di kasir

c) *AssistedService*

Pelayanan semi self service dimana tamu akan mengambil makanan dan minuman mereka sendiri ke konter yang sudah di sedikan namun tetap mendapatkan pelayan meja

d) *Single Point Service*

Tamu akan di arhkan untuk langsung memesan dan membayar pesanan ke konter kasir, lalu pesanan akan di terima secara langsung, Single Point

Service terdiri dari lima kategori yaitu : *Take Away Service, Drive-Thru, Fast Food, Vending Mechine, Food Court*

## 5. Sejarah Makanan Korea

Menurut Adinda (2023) dalam hangyu.id, masyarakat Korea mengamalkan prinsip bahwa "makanan adalah obat," yang mengartikan bahwa pada dasarnya upaya penyembuhan tubuh terkait erat dengan asupan makanan. Inti dari konsep ini adalah bahwa kesehatan awalnya dipengaruhi oleh jenis makanan yang dikonsumsi dan upaya pertama dalam mengatasi penyakit adalah dengan mengubah pola makan sebelum mencari perawatan medis dalam bentuk obat-obatan. Ciri khas yang paling mencolok dalam masakan Korea adalah penggunaan fermentasi untuk mengawetkan makanan, sehingga memungkinkan makanan tersebut dapat disimpan dan dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang, makanan fermentasi yang menjadi contoh utamanya termasuk kimchi dan beragam bumbu seperti pasta kedelai, kecap asin, pasta cabai, serta ikan asin. Selain menyukai makanan fermentasi di abad 37 Korea dipengaruhi oleh budaya suku Maek merupakan suku nomaden dari Asia Tengah yang membawa daging babi yang diawetkan dan dikonsumsi dengan cara dibakar. Pada masa itu, menggunakan istilah "*Maekjok*" untuk merujuk pada daging yang telah diolah dengan bumbu dan diawetkan. *Maekjok* ini disajikan dengan cara menusuknya seperti sate dan langsung memegangnya di atas api. Namun, tradisi berkumpul untuk menikmati hidangan daging ini hampir hilang akibat penyebaran agama Buddha di Korea Selatan. Hal ini mengakibatkan hampir lenyapnya makanan *Maekjok* dari budaya kuliner Korea. Setelah invasi Mongol yang

mengembalikan konsumsi daging, *Maekjok* berkembang menjadi *Seoryamyek*. *Seoryamyek* dibuat dari daging sapi yang direndam dalam kaldu dingin dan disajikan dengan kuah yang memiliki cita rasa yang mirip dengan bumbunya. Pada awal abad ke-20, *Seoryamyok* mengalami transformasi menjadi "*Neobiani*" yang dianggap sebagai hidangan bangsawan, terdiri dari daging tipis yang dibumbui dan memiliki kesamaan dalam penampilan dengan *Bulgogi*. Teknik memanggang daging Korea mulai berkembang secara signifikan selama dinasti Joseon (1392-1910). Selama periode ini, daging dimasak di atas batu panas atau pemanggang tanah liat yang dikenal sebagai "*gamasot*" Hal ini membantu mengembangkan rasa unik dan metode persiapan daging panggang ala Korea.

#### 6. Sejarah Rumah Tradisional *Hanok*

Berdasarkan Korean Culture and Information (2023), rumah khas tradisional Korea dikenal dengan sebutan *Hanok*. Salah satu fitur khas dari *Hanok* adalah sistem pemanas yang dikenal sebagai *ondol* yang dirancang untuk melawan udara dingin pada musim dingin. *Ondol*, sendiri berarti batu panas adalah sistem pemanasan yang unik yang telah digunakan sebelum konsep *Hanok* muncul. *Ondol* merupakan metode perpindahan panas yang dirancang dengan cermat, yang melibatkan penggunaan lorong bernama *gudeul* di lantai rumah. Saat api dinyalakan di kompor dapur, panas dan asap dialirkan melalui *gudeul* menuju cerobong asap. Fitur lain yang mencirikan *Hanok* adalah *maru*, yang dirancang untuk menjaga kenyamanan penghuni rumah pada musim panas yang panas dan lembap. Atap *Hanok* sering dilengkapi dengan genteng yang terbuat dari tanah liat yang dipanggang dengan berbagai warna atau ditutupi

dengan jerami yang rapat. Hanok yang terbuat dari kayu dapat bertahan lama jika dirawat dengan baik. Salah satu contoh bangunan Hanok tertua adalah Kuil Geungnakjeon Bongjeongsa di Andong, Provinsi Gyeongsangbuk-do, yang diduga dibangun pada awal abad ke-13 dan memiliki struktur kayu tertua di Korea. Lokasi ideal untuk Hanok adalah di pertengahan pegunungan dengan gunung di belakangnya untuk melindungi dari angin dingin dan sungai di depannya untuk memudahkan pasokan air. *Hanok*, yang diciptakan untuk mengharmoniskan manusia dengan alam, juga dikenal akan estetikanya yang indah, yang menarik minat banyak orang asing karena fungsi dan gaya uniknya.

#### 7. Jenis Menu Restoran

Menurut Davis et al.(2018), restoran biasanya menggunakan dua jenis pilihan untuk memberikan informasi mengenai produk yang di jual oleh restoran kepada pelanggan. Berikut ini adalah dua jenis menu yang di gunakan yaitu:

##### a) *Table d'hote Menu*

Menu ini menawarkan pilihan terbatas kepada para pelanggan dengan hanya mencakup tiga atau empat jenis makanan. Harga yang ditawarkan didalam menu sudah merupakan harga tetap dan makana akan disajikan dalam waktu yang tepat.

##### 1) *Banquets*

Menu yang ditawarkan merupaka menu tetap yang memberikan pilihan makanan yang sudah di tetapkan sebelumnya, dan tidak ada variasi menu lainnya. Namun, menu ini dapat disesuaikan atau

dimodifikasi jika pelanggan atau tamu memiliki keinginan makanan tertentu, seperti makanan *diet friendly*.

2) *Buffets*

Menu ini umumnya di tawarkan dalam bentuk paket – paket yang berbeda, tergantung pada harga yang dibayarkan oleh pelanggan. Biasanya, menu ini mencakup berbagai macam hidangan mulai dari makanan ringan hingga hidangan utama. Menu semacam ini sering digunakan untuk acara seperti pernikahan, konferensi, atau pertemuan.

3) *Coffee houses*

Menu ini akan tersedia selama 12 hingga 18 jam sepanjang hari yang memungkinkan pelanggan untuk memesan makanan kapan saja selama periode tersebut. Harga dalam menu ini sering kali menawarkan berbagai pilihan makanan untuk memenuhi beragam selera pelanggan.

4) *Cyclical menus*

Menu yang dihadirkan kembali dalam kurun waktu atau periode tertentu, misalnya setiap beberapa bulan sekali dengan melakukan pergantian menu, dikenal sebagai "menu musiman" atau "menu rotasi". Dalam konsep ini, restoran mengubah menu mereka secara berkala, sesuai dengan perubahan musim atau tren kuliner yang sedang berlangsung

b. *A La Carte Menu*

Dalam menu *à la carte*, pelanggan memiliki kebebasan untuk memesan makanan individual dari berbagai kategori atau jenis makanan yang

tersedia. Menu ini sering kali terdiri dari beragam hidangan pembuka, hidangan utama, dan hidangan penutup, dapat dipilih secara terpisah. Makanan yang dipesan dalam menu *à la carte* akan disiapkan sesuai pesanan pelanggan, sehingga pelanggan memiliki kendali penuh atas apa yang mereka ingin makan dan bagaimana mereka ingin makanannya disajikan. Dalam menu ini, variasi dan fleksibilitas adalah kunci, sehingga pelanggan dapat menyesuaikan pesanan mereka sesuai dengan selera dan preferensi pribadi.

#### 8. Penerapan Landasan Teori Bisnis Terkait

Haneul Korean Restaurant merupakan sebuah restoran yang menjual makanan Korea Authentic. Restoran ini termasuk ke dalam kategori *ethnic restaurant* karena restaurant akan menyediakan menu makanan dan tema makanan dari daerah tertentu yaitu daerah Korea Selatan. Saat berada di Haneul Korean Restaurant para tamu akan merasakan pengalaman makan seperti sedang berada di perkampungan kuno Korea , selain menyajikan hidangan-hidangan klasik Korea seperti *Bulgogi, Banchan, Japchae, Pajeon, Sundubu Jjigae, Samgyetang,* dan *Seolleongtang*, Haneul Korean Restaurant juga akan menyesuaikan menu secara berkala. Serta berkolaborasi dengan *Celebrity Chef* asal Korea Selatan, Restoran ini juga akan menawarkan kegiatan tambahan, seperti pertunjukan seni tradisional Korea atau kelas memasak Korea, untuk memberikan pengalaman yang lebih mendalam tentang budaya Korea kepada pengunjung. Hal ini akan meningkatkan daya tarik restoran dan membuatnya menjadi destinasi yang menarik tidak hanya untuk pencinta kuliner Korea tetapi juga untuk mereka yang ingin menjelajahi kekayaan budaya Korea. Haneul korean restaurant akan

menggunakan menu *a la carte* dimana makanan akan di jual secara individual, selain itu restoran juga akan menggunakan tipe menu *cyclical menu* dimana akan ada pergantian menu setiap pergantian *Guest Chef*.

Selain itu Haneul Korean Restaurant akan menerapkan jenis pelayanan yaitu *American Service* dimana pramusaji akan datang ke meja tamu untuk menerima pesanan ataupun mengantarkan pesanan yang telah dipesan, ini bertujuan agar tamu dapat mendapatkan pelayanan yang lebih baik saat sedang berada di restaurant. Haneul Korean Restaurant akan didirikan di Mall Istana Plaza Bandung. Lokasi ini dipilih karena merupakan lokasi yang dianggap strategi untuk mendirikan sebuah restoran serta berada di tempat yang sering di datangi oleh wisatawan saat berada di Kota Bandung. Lokasi restoran akan berada di Mall Istana Plaza yang dekat dengan beberapa tempat wisata populer di Kota Bandung sehingga dapat meningkatkan peluang Haneul Korean Restaurant untuk menjangkau target pasar serta ramai dikunjungi oleh banyak wisatawan.