

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan berpotensi di dunia. Seiring dengan perubahan gaya hidup, meningkatnya mobilitas, dan aksesibilitas yang lebih baik, sektor ini terus berkembang dan mengalami perubahan signifikan. Pariwisata tidak lagi hanya tentang perjalanan, tetapi juga tentang pengalaman unik yang mencakup berbagai segmen, seperti perjalanan budaya, petualangan alam, dan perjalanan kuliner (Muryani & Siswahto, 2020).

Perkembangan industri Food & Beverage di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Faktor urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan pertumbuhan ekonomi telah mendorong permintaan akan produk makanan dan minuman yang beragam (Wijiati & Santosa, 2015). Hal ini tercermin dalam peningkatan jumlah restoran, kafe, toko makanan, dan produsen makanan dan minuman lokal yang berkembang pesat. Selain itu, tren kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan juga telah mempengaruhi industri ini, dengan banyak perusahaan yang mulai memproduksi produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan. Meskipun persaingan semakin ketat, industri Food & Beverage di Indonesia terus beradaptasi dan berkembang untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berubah (Karyawati, 2015).

Industri kuliner dan minuman yang sedang tren, terutama di kalangan generasi muda, telah menjadi fokus utama dalam bisnis Food & Beverage

(F&B). Peningkatan kesadaran akan gaya hidup sehat dan kepedulian terhadap lingkungan telah memicu permintaan akan makanan organik, makanan plant-based, dan minuman sehat seperti smoothie bowls dan cold-pressed juices. Selain itu, konsep makanan dan minuman unik, inovatif, dan berbasis pengalaman seperti restoran pop-up, kafe tema, dan food truck juga sangat diminati (Veronika, 2022). Kemudahan akses melalui media sosial dan platform pengiriman makanan telah memungkinkan generasi muda untuk mengeksplorasi berbagai jenis kuliner dari seluruh dunia. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha F&B untuk berinovasi dan menciptakan produk yang sesuai dengan selera dan nilai generasi muda yang semakin berubah (Anwar Y. , 2012).

TABEL 1
Jumlah Penduduk Kabupaten Tangerang (2019-2022)

Tahun	Jumlah Penduduk
2019	2.794.969
2020	3.057.599
2021	3.185.552
2022	3.273.321

Sumber: Dinas Kependudukan & Pencatatan Sipil Kab. Tangerang Tahun 2023 (2023)

Bedasarkan tabel diatas (Bidang Statistik Sektorl Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang, 2023), jumlah penduduk di Kabupaten Tangerang mengalami kenaikan sekian persen tiap tahunnya. Menurut Berita Resmi Statistik No. 1/04/ThI, 8 April, Struktur penduduk dapat menjadi salah satu aset utama untuk pembangunan ketika jumlah penduduk usia produktif cukup besar. Hasil Sensus Penduduk 2020 mencatat bahwa mayoritas penduduk Kabupaten Tangerang didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Generasi milenial menyumbang sebanyak 28,69 persen dari total populasi (931 ribu orang), sementara generasi Z mencapai 26,97 persen dari

total populasi Kabupaten Tangerang. Kedua generasi ini termasuk dalam kelompok usia produktif, yang menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. (Berita Resmi Statistik, Kementerian Dalam Negeri, 2021)

Budaya minuman beralkohol di Nusantara memiliki akar yang dalam dan beragam. Di berbagai daerah, minuman beralkohol tradisional seperti arak, tuak, sopi, atau tuak telah menjadi bagian integral dari budaya sosial dan upacara adat (Rosandi & Aviani, 2023). Minuman ini sering digunakan dalam upacara keagamaan, pernikahan, atau sebagai alat untuk memperlerat hubungan sosial antarpenduduk. Namun, peraturan mengenai konsumsi minuman beralkohol berbeda-beda di seluruh Indonesia, dengan beberapa daerah yang mengaturnya secara ketat atau melarangnya sama sekali. Meskipun minuman beralkohol modern seperti bir dan anggur semakin populer, minuman tradisional ini masih tetap ada dan dijaga sebagai bagian penting dari warisan budaya Indonesia (Rahman, 2023).

Kehadiran minuman beralkohol di Indonesia memiliki sejarah yang panjang dan beragam. Minuman beralkohol telah ada di Indonesia selama berabad-abad, dan banyak di antaranya memiliki nilai budaya dan tradisi tersendiri (Komalasari, 2022). Beberapa minuman beralkohol tradisional yang populer di Indonesia termasuk arak, tuak, sopi, dan lainnya, yang dibuat dari berbagai bahan seperti nira pohon kelapa, sagu, atau beras ketan. Minuman-minuman ini sering dikonsumsi dalam konteks upacara adat, ritual keagamaan, atau sebagai bagian dari kehidupan sosial dan budaya. Namun, di samping minuman tradisional, minuman beralkohol modern seperti bir dan

anggur juga semakin populer di Indonesia. Produksi dan konsumsi minuman beralkohol komersial telah meningkat secara signifikan, terutama di kalangan generasi muda dan di daerah perkotaan. Perusahaan minuman internasional dan lokal juga telah berinvestasi dalam produksi dan pemasaran minuman beralkohol di Indonesia (Menot, 2022).

Budaya minum memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Dalam buku "Budaya Minum di Indonesia" karya Raymond Michael Menot, kita dapat melihat bagaimana minuman beralkohol telah menjadi bagian integral dari perkembangan budaya dan tradisi manusia. Minuman beralkohol dihasilkan melalui proses fermentasi dan destilasi, mencerminkan respons manusia terhadap sumber daya alam dan lingkungan sekitar mereka. Minuman ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai cara untuk beradaptasi dengan kondisi cuaca dan udara tertentu (Menot, 2022)

Industri alkohol di Indonesia adalah hal yang tabu di Indonesia karena berkontradiksi dengan syariat Islam. Namun, kebiasaan Masyarakat berminum sudah ada sejak dulu dan berkembang sesuai zaman. Tidak banyak informasi bagus mengenai industri ini karena pemerintah tidak menyarankan atau mempromosikan untuk masyarakat berminum. Namun, berdasarkan kasus-kasus yang masih ada di industri sampai sekarang menunjukkan bahwa peminatnya banyak dan faktor utama yang mempengaruhi terjadinya kasus ilegal di industri alkohol adalah harga. Berikut merupakan informasi terkait dan perkembangan industri alkohol di Indonesia.

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 20/M-Dag/Per/4/2014 adalah salah satu regulasi yang mengatur tentang pengendalian dan pengawasan

terhadap pengadaan, peredaran, dan penjualan minuman beralkohol di Indonesia. Beberapa poin utama dalam regulasi ini mencakup persyaratan lisensi untuk pengecer dan importir minuman beralkohol, pembatasan penjualan kepada mereka yang berusia di atas 21 tahun, pengaturan penjualan melalui toko tertentu, serta pembatasan iklan dan promosi minuman beralkohol. Regulasi ini juga memberikan wewenang kepada pemerintah daerah untuk menetapkan aturan tambahan sesuai dengan kondisi setempat.

Peraturan Bupati (PERBUP) Kabupaten Tangerang Nomor 14 Tahun 2016 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2008 tentang Pengawasan dan Pengendalian Minuman Beralkohol adalah upaya pemerintah Kabupaten Tangerang untuk mengatur peredaran minuman beralkohol di wilayahnya. Dalam regulasi tersebut, dinyatakan bahwa setiap orang atau badan dilarang mengedarkan, menyimpan, dan menjual minuman beralkohol tanpa izin dari pejabat yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Regulasi juga mengatur mengenai jenis izin yang diperlukan untuk berbagai golongan minuman beralkohol. Perusahaan yang melakukan usaha perdagangan minuman beralkohol golongan B dan golongan C diwajibkan memperoleh Surat Izin Usaha Perdagangan Minuman Beralkohol (SIUP-MB), sedangkan untuk golongan A, tidak diwajibkan memperoleh SIUP-MB. (Legalist, 2022)

Dengan adanya regulasi ini, pemerintah Kabupaten Tangerang berusaha untuk mengontrol peredaran minuman beralkohol guna mengurangi peredaran minuman keras ilegal dan memastikan bahwa penjualan dan

konsumsi minuman beralkohol dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum. Hal ini diharapkan dapat mengurangi risiko terkait dengan konsumsi minuman beralkohol yang berlebihan serta memastikan kualitas dan keamanan minuman beralkohol yang beredar di Kabupaten Tangerang.

Untuk menanggapi isu-isu di industri alkohol, pemerintah mengambil tindakan bijak, setelah banyak pertimbangan. Salah satu cara pemerintah membantu untuk pemantauan dan ekonomi di industri ini adalah pencabutan Perpres Nomor 10 Tahun 2021.

Pencabutan sebagian lampiran Perpres Nomor 10 Tahun 2021 tentang Bidang Usaha Penanaman Modal, terutama yang mengatur investasi dalam bidang minuman beralkohol, merupakan hasil respons dari suara kontra yang berasal dari mayoritas masyarakat. Awalnya, Perpres tersebut bertujuan untuk mengembangkan industri miras lokal dengan memberikan izin hanya kepada empat wilayah, yaitu Provinsi Bali, Provinsi Nusa Tenggara Timur, Provinsi Sulawesi Utara, dan Provinsi Papua, yang memiliki beragam produk miras berkualitas. Tujuan pemerintah adalah mempromosikan produk lokal yang dapat dikenalkan kepada wisatawan, ekspatriat, dan bahkan dijadikan produk ekspor, sejalan dengan keberhasilan minuman tradisional seperti Sake dari Jepang dan Soju dari Korea yang telah mendunia. Produk miras seperti Sopi dari NTT, Cap Tikus dari Sulawesi Utara, serta Arak dan merek dari Bali memiliki potensi serupa untuk mengambil bagian dalam pangsa pasar global. Hal ini menjadi perdebatan dalam konteks pembangunan ekonomi dan budaya di Indonesia (Sandi, 2021).

Peraturan pemerintah terhadap minuman keras di Indonesia melibatkan berbagai aspek, termasuk penjualan dan bea cukai, impor minuman keras, serta produksi alkohol lokal. Berikut adalah gambaran umum tentang regulasi yang terkait:

1. Penjualan & Bea Cukai Minuman Keras:

- a. Penjualan dan distribusi minuman keras di Indonesia diatur oleh undang-undang dan peraturan pemerintah. Penjualan minuman keras hanya dapat dilakukan oleh toko-toko yang memiliki izin penjualan minuman beralkohol sesuai dengan peraturan daerah setempat.
- b. Bea cukai dikenakan pada minuman keras yang diimpor atau diproduksi di dalam negeri. Bea cukai adalah sumber penerimaan negara yang berasal dari pajak yang dibebankan pada minuman beralkohol, yang dapat beragam sesuai dengan jenis minuman dan kandungan alkoholnya.

2. Minuman Keras Import:

- a. Minuman keras impor diatur oleh Direktorat Jenderal Bea dan Cukai di bawah Kementerian Keuangan. Importir minuman keras harus mematuhi peraturan impor, termasuk pembayaran bea cukai yang berlaku, dan memastikan bahwa produk yang diimpor sesuai dengan ketentuan kesehatan dan keamanan yang berlaku.

3. Produksi Alkohol Lokal:

- a. Produksi alkohol lokal di Indonesia juga tunduk pada peraturan yang diawasi oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan Kementerian Perindustrian. Produsen lokal alkohol harus mematuhi

regulasi yang berkaitan dengan izin produksi, bahan baku, kualitas, dan distribusi produk mereka.

Bedasarkan gagasan awal yang sudah dipaparkan, Switch Bar hadir karena melihat peluang yang ada di industri penyedia makanan & minuman, sebagai tempat berizin berjualan minuman yang mengandung alkohol, dapat membantu pemerintah pemantauan terhadap industri alkohol dan ekonomi lokal dengan menyediakan bar dengan kreasi minuman berbasis alkohol lokal, aman, nyaman, harga ramah, dan berkualitas.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan Studi Kelayakan Bisnis Switch Bar di Ruko North Goldfinch - Gading Serpong, Tangerang Selatan adalah untuk menyusun evaluasi komprehensif mengenai kelayakan bisnis ini dalam berbagai aspek. Dengan tujuan utama dan sub tujuan yang ditetapkan, studi kelayakan ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang potensi bisnis, tantangan yang mungkin dihadapi, serta langkah-langkah yang perlu diambil untuk memastikan kesuksesan bisnis Switch Bar.

1. Tujuan Utama

- a. Mengevaluasi kelayakan bisnis Switch Bar dari aspek pemasaran, termasuk analisis pasar, profil konsumen, dan strategi pemasaran yang efektif.
- b. Menilai kelayakan bisnis Switch Bar dari aspek operasional, termasuk analisis operasional, infrastruktur yang dibutuhkan, dan proses produksi yang efisien.

- c. Mengkaji kelayakan bisnis Switch Bar dari aspek organisasi dan sumber daya manusia, meliputi struktur organisasi yang sesuai, perencanaan sumber daya manusia, dan kebijakan manajemen yang efektif.
- d. Menganalisis kelayakan bisnis Switch Bar dari aspek keuangan, termasuk proyeksi pendapatan, biaya operasional, analisis investasi, dan potensi keuntungan.

2. Sub-Tujuan

- a. Mengidentifikasi segmentasi pasar potensial untuk Switch Bar di Gading Serpong, Tangerang Selatan, termasuk wisatawan lokal, mahasiswa, dan masyarakat umum.
- b. Menganalisis preferensi konsumen terkait minuman teh melati dan inovasi minuman lainnya dalam bisnis F&B di daerah tersebut.
- c. Menilai kebutuhan infrastruktur, peralatan, dan bahan baku yang diperlukan dalam operasional Switch Bar.
- d. Membahas rencana pengembangan organisasi, termasuk struktur organisasi, penugasan tugas, dan tanggung jawab setiap anggota tim.
- e. Mengevaluasi strategi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan Switch Bar, termasuk pemasaran online, kemitraan dengan komunitas lokal, dan kegiatan promosi yang efektif.
- f. Menganalisis kebutuhan modal awal, proyeksi pendapatan, dan biaya operasional dalam jangka waktu tertentu untuk menilai kelayakan finansial bisnis ini.

- g. Mengidentifikasi potensi risiko dan kendala yang mungkin dihadapi dalam menjalankan bisnis Switch Bar, seperti persaingan yang ketat dan perubahan tren pasar.

C. Metodologi

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merujuk kepada data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk memenuhi tujuan penelitian yang spesifik. Data ini diperoleh melalui survei, observasi, atau eksperimen yang dilakukan secara khusus untuk studi ini (Purwono, Hasyim, Ulya, Purnasari, & Juniatmoko, 2019). Contoh data primer dalam penelitian mungkin termasuk hasil survei pendapat responden, rekaman, catatan observasi lapangan, atau hasil pengukuran eksperimen yang relevan dengan topik penelitian. Data primer memiliki keuntungan dalam hal keakuratan dan relevansi untuk pertanyaan penelitian tertentu, namun sering memerlukan upaya dan waktu yang signifikan untuk pengumpulan dan analisisnya (Martono, Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder (sampel halaman gratis), 2010).

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Metode survei dengan kuesioner dalam penelitian ini adalah pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang relevan (Pujihastuti, 2010). Kuesioner merupakan alat penelitian berisi daftar pertanyaan yang dirancang dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam konteks ini,

peneliti akan merancang kuesioner yang berfokus pada aspek-aspek tertentu terkait dengan topik penelitian, seperti preferensi konsumen terhadap minuman beralkohol lokal, persepsi terhadap harga, atau sejauh mana konsep "Switch Bar" menarik bagi calon pelanggan. Setelah kuesioner dirancang, peneliti akan menyebarkannya kepada sampel responden yang sesuai, kemudian mengumpulkan dan menganalisis data yang diperoleh dari kuesioner tersebut untuk mendukung temuan penelitian. Metode survei dengan kuesioner sering digunakan karena efisien dalam mengumpulkan data dari sejumlah responden dalam waktu yang relatif singkat (Morrisan, 2012).

Kuesioner adalah sebuah metode pengumpulan data dimana peneliti menyiapkan pertanyaan baik secara tertulis, dicetak, atau berbasis computer dan disebarkan kepada Masyarakat untuk mengumpulkan atau mendapatkan jawaban dari responden (Veal, 2018). Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan data kuantitatif dalam skala yang besar, dengan didistribusikan secara daring, dikirim kepada responden, atau diadministrasikan secara langsung. Dengan menerapkan kuesioner secara daring memanfaatkan Google Form, pengumpulan data menjadi lebih mudah dan cepat. Kuesioner yang akan dibagikan kepada responden menggunakan pertanyaan tertutup dengan enam pilihan jawaban berbentuk skala Likert. Dengan penggunaan skala tersebut, suatu pernyataan dapat diubah menjadi data bersifat kuantitatif dengan menggunakan angka satu sampai enam yang memiliki gradasi negative hingga sangat positif seperti berikut.

- 1) Sangat Tidak Setuju
- 2) Tidak Setuju
- 3) Cenderung Tidak Setuju
- 4) Cenderung Setuju
- 5) Setuju
- 6) Sangat Setuju

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merujuk kepada informasi atau data yang telah ada sebelumnya dan dikumpulkan oleh pihak lain atau dalam konteks lain. Data ini tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan penelitian tertentu, melainkan merupakan sumber informasi yang sudah ada dan dapat digunakan ulang. Dalam penelitian ini, contoh data sekunder bisa mencakup data penjualan minuman beralkohol lokal dari badan statistik, laporan pasar yang sudah ada, studi konsumen sebelumnya, atau data historis tentang tren konsumsi alkohol di Indonesia. Data sekunder sering digunakan untuk memberikan konteks dan dukungan tambahan untuk temuan penelitian, serta untuk membandingkan hasil penelitian dengan data yang ada. Penggunaan data sekunder dapat menghemat waktu dan biaya dalam penelitian, tetapi peneliti perlu memastikan keakuratan dan relevansi data yang digunakan (Martono,2010).

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pengumpulan responden akan dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat kriteria sudah legal untuk berminum dan

suka bersantai diluar pada sore atau malam hari di Gading Serpong dan sekitar daerah Tangerang lainnya. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk melihat minat responden untuk menjadi pelanggan potensial Switch Bar.

Kuesioner akan disebar secara daring, dengan memanfaatkan *tool* Google Form yang dapat didistribusikan kepada responden berbentuk tautan melalui media social seperti Instagram, Line, dan WhatsApp. Kuesioner akan terbagi menjadi tiga bagian yaitu profil responden, perilaku responden menggunakan model *Segmenting, Targeting, & Positioning* (STP), dan bagian terakhir yang mencakup bauran pemasaran terdiri dari 8P(Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging, Programming, dan Partnership), sesuai dengan teori Morris (Morris, 2012).

4. Target Populasi

Populasi dalam penelitian berkaitan dengan sebuah kelompok data yang penting bagi peneliti (Bordens & Abbot, 2018). Populasi dapat didefinisikan dalam berbagai cara tergantung pada tujuan penelitian. Dengan demikian, populasi adalah keseluruhan kelompok orang dengan kriteria yang sudah ditentukan yang ingin dianalisis oleh peneliti. Target populasi yang dipilih sebagai responden untuk kuesioner yang menguji kelayakan bisnis Switch Bar adalah Masyarakat berusia produktif dari kelompok umur di atas 20 tahun di Kabupaten Tangerang dan daerah sekitar.

5. Sampel

Sampel merupakan sekelompok orang dari Sebagian besar populasi dengan harapan data yang diperoleh dapat digeneralisasikan. Jika hasil data dapat digeneralisasikan, hasil dapat diaplikasi kepada populasi dan keadaan yang berbeda namun, memiliki karakteristik yang sama (Salkind, 2021)

a. Ukuran Sampel

Metode solvin merupakan salah satu metode yang digunakan dalam penelitian, berkaitan dengan penentuan sampel data. Menurut Solvin (1960), suatu penelitian dengan jumlah total populasi dapat diambil sampel yang dapat mewakili keseluruhan populasi. (Solvin, 1960). Namun, dalam menentukan banyaknya sampel yang dibutuhkan perlu adanya perhitungan. Karena jumlah populasi Kabupaten Tangerang terbaru adalah 3.352.472 (BPS Kabupaten Tangerang, 2023) dan tergolong banyak, batas toleransi kesalahan adalah 10%. Sehingga, perhitungan untuk berapa banyak sampel minimum yang diperlukan adalah sebagai berikut.

n = banyak sampel minimum

N = banyak sampel pada populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error*)

$$\begin{aligned}n &= N/(1 + Ne^2) \\ &= 3.352.472 / (1 + 3.352.472 \times (0,1)^2) \\ &= 3.352.472 / 33.525,72 \\ &= 100\end{aligned}$$

Sehingga, minimal responden yang harus terkumpul adalah 100 responden.

b. Teknik Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. *Convenience sampling* merupakan metode yang mengambil responden sebagai sampel berdasarkan waktu dan tempat yang ditemui, sehingga masuk kriteria sampel (Sugiyono, 2018)

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Penawaran & Permintaan

Hukum Penawaran dan Permintaan adalah prinsip fundamental dalam ekonomi yang digunakan dalam penelitian untuk memahami interaksi antara penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) atas suatu barang atau jasa (Kamariah, 2022). Dalam penelitian, hukum ini dapat digunakan untuk menganalisis berbagai aspek ekonomi, seperti harga, kuantitas produksi, perilaku konsumen, dan banyak lainnya. Hukum Penawaran menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin banyak barang atau jasa yang akan ditawarkan oleh produsen. Di sisi lain, Hukum Permintaan menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang atau jasa, semakin sedikit barang atau jasa yang

akan diminta oleh konsumen. Dengan demikian, dalam penelitian ekonomi, Hukum Penawaran dan Permintaan digunakan untuk menganalisis bagaimana harga dan kuantitas suatu produk atau layanan dipengaruhi oleh interaksi antara produsen dan konsumen, dan bagaimana perubahan dalam faktor-faktor seperti harga, pendapatan, dan preferensi memengaruhi pasar (Febianti, 2014).

2. Bar

Industri Food & Beverage mencakup berbagai bidang termasuk bar. Bisnis bar adalah salah satu jenis dari industri ini dan fokus pada penyediaan minuman beralkohol dan non-alkohol, serta makanan ringan, untuk konsumen yang mencari pengalaman bersosialisasi atau hiburan. Bar adalah tempat yang khusus dirancang untuk menyajikan minuman, terutama minuman beralkohol, kepada pelanggan. Konsep bar telah berevolusi seiring berjalannya waktu dan dapat mencakup berbagai tipe dan gaya, seperti bar klasik, bar anggur, bar olahraga, atau bar dengan tema unik. Meskipun minuman beralkohol sering menjadi fokus utama, banyak bar juga menyajikan makanan ringan atau hidangan kecil sebagai pendamping minuman. Atmosfer dan dekorasi dalam sebuah bar sering dibuat untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan bagi pelanggan yang datang untuk bersosialisasi, berkumpul dengan teman-teman, atau hanya bersantai. Bar juga sering menjadi tempat hiburan dengan musik live, pertunjukan, atau acara khusus lainnya. Dalam beberapa tahun terakhir, ada peningkatan minat dalam minuman berbasis lokal dan organik, serta penekanan pada kreativitas dalam menyajikan

minuman yang inovatif. Konsep bar terus berubah dan beradaptasi dengan perkembangan tren pasar dan selera konsumen (Wenner, 1998).

"Bar" berasal dari kata "Barrier," yang artinya penghalang. (Cambridge University Press & Assessment Editor, 2023). Hal ini merujuk pada fakta bahwa para pelanggan yang datang untuk membeli dan menikmati minuman dengan para barman atau pencampur minuman dibatasi oleh penghalang yang biasanya disebut sebagai meja bar, sehingga para pelanggan tidak dapat dengan bebas masuk ke area di mana para barman bekerja. Istilah "bar" pertama kali dikenal di Amerika Utara pada abad ke-16 dan saat ini menjadi populer di seluruh dunia. Seiring perkembangan waktu, bar telah menjadi bagian integral dari budaya masyarakat modern di berbagai negara. Mereka tidak hanya menyediakan minuman, tetapi juga menjadi tempat untuk bersantai, bersosialisasi, dan menikmati hiburan. Dalam bisnis restoran dan hiburan, pelayanan minuman beralkohol menjadi semakin penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan keuntungan. Dengan berbagai jenis bar yang tersedia, para tamu memiliki banyak pilihan untuk menikmati minuman favorit mereka dalam suasana yang sesuai dengan preferensi mereka (Damayanti, Solihin, & Suardani, 2021).

3. Minuman Alkohol

Minuman alkohol adalah jenis minuman yang mengandung etanol (alkohol) sebagai komponen utama yang memberikan efek psikoaktif. Minuman ini telah ada selama ribuan tahun dan memiliki peran yang signifikan dalam berbagai budaya di seluruh dunia. Kandungan alkohol

dalam minuman dapat bervariasi dari yang rendah seperti bir atau wine hingga yang tinggi seperti wiski atau vodka. Minuman alkohol memiliki efek psikologis yang dapat mengubah suasana hati, mengurangi inhibisi, dan memengaruhi koordinasi motorik. Penggunaan minuman alkohol dapat beragam, dari penggunaan sosial yang moderat hingga konsumsi berlebihan yang berpotensi berbahaya bagi kesehatan fisik dan mental. Minuman alkohol juga memiliki peran dalam berbagai acara sosial, ritual keagamaan, dan tradisi budaya. Meskipun memiliki aspek positif, konsumsi berlebihan dan penyalahgunaan minuman alkohol juga dapat menyebabkan masalah kesehatan, sosial, dan ekonomi. Oleh karena itu, minuman alkohol adalah topik yang kompleks dan mendalam dalam ilmu pengetahuan, budaya, dan peraturan (Solina, Arisdiani, & Widiastuti, 2019).

Minuman beralkohol dibuat dengan memfermentasi berbagai jenis biji-bijian, buah-buahan, dan sayuran. Proses ini menghasilkan etanol, sejenis alkohol yang dapat dicerna. Beberapa jenis alkohol mengalami tahap tambahan yang disebut penyulingan untuk menghilangkan air dan meningkatkan kadar alkohol. Setiap minuman beralkohol diproduksi melalui proses yang khas, dan setiap proses tersebut memengaruhi rasa dan kadar alkohol dalam minuman itu. (Kubala & Gordon, 2023) Berikut merupakan berbagai jenis minuman beralkohol.

a. Base Liquors

Minuman beralkohol ini dapat dinikmati sebagai dengan sendirinya atau digunakan sebagai dasar minuman campuran atau koktail

1) *Gin*

Gin biasanya terbuat dari gandum, biji-bijian, atau jelai yang difermentasi dan disuling. Satu *shot* (44 mL atau 1,5 fl oz) gin biasanya mengandung 40–55% alkohol dan sekitar 97 kalori.

2) *Vodka*

Vodka populer dalam koktail karena profilnya yang hampir tanpa rasa. Dibuat dari kentang, gandum hitam, atau gandum, *alcohol by volume* (ABV) dapat berkisar antara 40–90% per *shot*.

3) *Whiskey*

Whisky dibuat dari biji-bijian yang difermentasi dan disuling, biasanya dari gandum hitam, jagung, barley, atau gandum. Satu *shot* whisky biasanya memiliki 40-50% ABV dan mengandung sekitar 105 kalori.

4) *Tequila*

Tequila terbuat dari tanaman agave biru yang berasal dari Meksiko. Satu *shot* tequila biasanya memiliki 40–55% ABV dan mengandung sekitar 97 kalori.

5) *Rum*

Rum biasanya dibuat dengan molase tebu atau jus tebu. Kebanyakan rum memiliki sekitar 40% ABV dan mengandung sekitar 97 kalori.

6) *Brandy*

Brandy pada dasarnya adalah anggur sulingan. Apel dan plum adalah rasa yang populer, tetapi brandi dapat dibuat dari

buah apa saja. Satu *shot* brandy memiliki 35–60% ABV dan mengandung sekitar 97 kalori.

b. Sake, Shōchū, & Soju

Beberapa minuman beralkohol dibuat dan diproduksi di Asia Timur menggunakan proses yang berbeda.

Sake adalah alkohol populer Jepang yang terbuat dari beras yang difermentasi dan mengandung sekitar 13–17% alkohol. Satu *shot* sake memiliki sekitar 59 kalori.

Shōchū juga berasal dari Jepang dan terbuat dari ubi, beras, dan jelai. Shōchū biasanya mengandung alkohol 20–35%. Satu *shot* shōchū memiliki sekitar 39 kalori.

Soju adalah minuman beralkohol Korea yang mirip dengan vodka dan biasanya mengandung sekitar 20% alkohol, terbuat dari nasi atau ubi. Satu *shot* soju memiliki sekitar 60 kalori.

c. Liguers

Liquer umumnya diberi rasa dengan pemanis alami atau buatan dan sering digunakan bersama dengan minuman dasar untuk menciptakan koktail. Liqueur biasanya memiliki jumlah kalori yang lebih tinggi dibandingkan *base liquor*.

d. Unfortified & Fortified Wines

Kandungan alkohol dalam anggur yang tidak difortifikasi biasanya lebih rendah dibandingkan *liquor*, biasanya berkisar antara 12–15%. Anggur yang diperkaya (*fortified*) memiliki 16–24% ABV. Pada umumnya, satu porsi anggur adalah 174 ml.

1) *Red*

Anggur merah dibuat dengan menghancurkan buah anggur berwarna gelap dan membiarkannya berfermentasi. Kulit anggur dibiarkan untuk membantu mempengaruhi warna dan rasa anggur yang dalam. Satu porsi anggur merah memiliki sekitar 125 kalori.

2) *Rosé*

Rosé dibuat dengan cara yang sama seperti anggur merah tetapi difermentasi dalam waktu yang lebih singkat. Rosé biasanya mengandung gula dan pati alami, sehingga jumlah kalorinya lebih tinggi dibandingkan minuman beralkohol dasar. Satu porsi memiliki sekitar 138 kalori.

3) *White*

Anggur putih dibuat dari buah anggur yang difermentasi tanpa kulit. Semua daging buah anggur memiliki warna yang sama, sehingga anggur apa saja dapat digunakan untuk membuat anggur putih. Satu porsi anggur putih memiliki sekitar 120 kalori.

4) *Sparkling*

Sparkling wine, dikenal juga sebagai anggur pencuci mulut atau penutup, mengandung karbon dioksida yang membuatnya berbuih. Satu porsi memiliki sekitar 100 kalori.

5) *Fortified*

Anggur yang diperkaya mengandung tambahan alkohol sulingan. Setelah anggur difermentasi, anggur tersebut diperkaya dengan *spirits* seperti *brandy*, sehingga meningkatkan kandungan

alkoholnya. Satu porsi memiliki sekitar dua kali kalori dari anggur merah.

e. Bir & Minuman Lainnya

Biasanya satu porsi bir adalah sekitar 355ml

1) *Lager*

Bir lager dibuat dengan jenis ragi khusus yang disebut *Saccharomyces Pastorianus*. Selama fermentasi, ragi berkumpul di dasar tangki selama beberapa bulan sebelum siap untuk dinikmati. Ada 3 jenis bir *lager* utama: *pale*, *dark* & *vienna*. Satu porsi bir *pale* (seperti Pilsner) biasanya memiliki 4–6% ABV dan sekitar 150 kalori.

2) *Ale*

Ale dibuat dari ragi lain yang disebut *Saccharomyces Cerevisiae*. Jenis ragi ini naik ke bagian atas tangki selama fermentasi, memberikan profil rasa aromatic pada alkohol. Satu porsi bir ini biasanya memiliki 3-3,5% ABV, dan beberapa bir khusus memiliki ABV hingga 12%. Satu porsi *Indian Pale Ale* (IPA) memiliki sekitar 200 kalori.

3) *Lambic*

Lambic adalah bir gandum yang difermentasi melalui paparan ragi dan bakteri liar dari Belgia. Pada umumnya, satu porsi mengandung 2-6% ABV dan memiliki sekitar 200 kalori.

4) Minuman Fermentasi Lainnya

Minuman lainnya dapat dibuat dengan memfermentasikan berbagai jenis gula.

Sebagai contoh, *Cider*, dibuat dari apel yang difermentasi. Satu porsi cider beralkohol berukuran 12 oz biasanya memiliki 5% ABV dan sekitar 120 kalori.

Mead adalah campuran madu yang difermentasi dengan air dan memiliki kandungan alkohol sekitar 5–20% ABV. Satu porsi berukuran 6 ons cair memiliki sekitar 250 kalori.

Kombucha berasal dari teh yang diberi gula dan difermentasi dengan ragi. *Kombucha* yang dijual di toko memiliki kandungan alkohol sekitar 0,5% dan sekitar 120 kalori. *Kombucha* yang ditambahkan alkohol tambahan ("*hard kombucha*") akan memiliki kandungan alkohol yang lebih tinggi.

4. Koktail

Definisi resmi dari "koktail," menurut Kamus Merriam-Webster, adalah "minuman dingin berupa anggur atau minuman beralkohol yang dicampur dengan bahan perasa." Meskipun definisi tersebut cukup luas, itu mencerminkan praktik modern untuk menyebut hampir semua minuman campuran sebagai koktail. Definisi pertama dari koktail yang diterbitkan muncul dalam sebuah tanggapan editorial di *The Balance and Columbian Repository* pada tahun 1806. Isinya sebagai berikut: "Koktail adalah minuman beralkohol yang merangsang, terdiri dari sembarang jenis minuman beralkohol, gula, air, dan *bitter* (*bitter* merupakan infus aromatik yang terkonsentrasi dari bahan-bahan tumbuhan dalam dasar alkohol)." Itu

adalah definisi yang diterima mengenai bahan-bahan yang digunakan saat ini ketika merujuk pada koktail yang ideal. (Graham, 2022)

5. Supplier Alkohol Lokal

Supplier alkohol lokal adalah pihak atau perusahaan yang memasok minuman beralkohol yang diproduksi di dalam negeri atau daerah tertentu. Mereka adalah sumber utama bagi restoran, bar, toko alkohol, dan pemilik bisnis lain yang memerlukan pasokan minuman beralkohol dalam operasional mereka. Supplier alkohol lokal dapat menyediakan berbagai jenis minuman beralkohol, termasuk anggur, bir, spirit, dan minuman keras lainnya yang diproduksi di wilayah tertentu di Indonesia. Mereka juga dapat berperan dalam mendukung dan mempromosikan produk-produk alkohol lokal, membantu dalam distribusi, serta mematuhi peraturan perpajakan dan lisensi yang berlaku. Memilih supplier alkohol lokal yang tepercaya dan memiliki portofolio produk yang sesuai dengan kebutuhan bisnis adalah langkah penting dalam industri makanan dan minuman, terutama di tempat-tempat yang mengutamakan minuman beralkohol dalam menu mereka (Afidah, 2018).

6. Switch Bar

a. Konsep

Switch Bar adalah *casual night bar*, tempat untuk bersantai atau bersosialisasi di malam hari yang menawarkan pengalaman unik dan memuaskan dengan menggabungkan otentisitas dari minuman beralkohol lokal Indonesia dengan keahlian dari para *mixologist* berpengalaman. Proposisi nilai Switch Bar mencakup baik produk

utama maupun produk pendukung, menciptakan pengalaman minum yang holistik dan berkesan. Produk utama adalah minuman bertanda lokal yang diracik dengan baik untuk memperlihatkan kekayaan dari minuman beralkohol lokal Indonesia, dengan menyajikan perpaduan yang unik antara rasa tradisional dan sentuhan modern. Ini menjadi pusat dari menu, mencerminkan warisan budaya yang beragam di Indonesia. Produk pendukung Switch Bar selain makanannya adalah berbagai jenis minuman beralkohol lokal Indonesia, termasuk spirit, bir, dan liquor lainnya. Ini menekankan dedikasi dalam mendukung industri alkohol lokal dan meningkatkan visibilitas merek-merek lokal berizin melalui seleksi yang teliti,

b. Lokasi

Lokasi penelitian untuk membuka "Switch Bar" adalah di Ruko North Goldfinch, Gading Serpong. Ruko North Goldfinch Gading Serpong adalah lokasi yang strategis di daerah Gading Serpong, yang merupakan salah satu kawasan yang berkembang pesat di Tangerang, Indonesia. Wilayah ini memiliki kepadatan penduduk yang tinggi, terutama di kalangan muda, dan terletak dekat dengan pusat bisnis, perbelanjaan, serta tempat-tempat hiburan. Hal ini menjadikan lokasi ini potensial untuk menarik pelanggan yang mencari tempat hiburan dan bersantai seperti "Switch Bar."