

BAB VI

KESIMPULAN

A. Pendahuluan

Sebagai negara yang berkembang, Indonesia menjadi salah satu negara yang pusat pertumbuhan masyarakatnya berada pada masyarakat kelas menengah. Pertumbuhan pesat ini dikarenakan masyarakat kelas menengah Indonesia memiliki perilaku konsumtif dan daya beli yang tinggi. Namun, pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang lalu mengubah pola konsumsi masyarakat dari *goods-based consumption* ke *experience-based consumption*, sehingga mendorong masyarakat untuk mulai memanfaatkan teknologi untuk menambah pengalaman baru dalam aktivitasnya. Salah satu contoh pemanfaatan teknologi adalah *immersive technology* yang digunakan oleh industri pariwisata untuk memberikan alternatif kepada konsumennya agar dapat menikmati suatu objek wisata tanpa harus melakukan perjalanan yang sesungguhnya.

Dengan adanya perubahan tersebut, restoran pada kategori *casual dining* dinilai paling cocok dan mampu untuk berkembang dengan cepat dikarenakan memiliki standar, harga, kualitas makanan dan pelayanan yang tinggi. Restoran *casual dining* banyak dinikmati oleh masyarakat kelas menengah dan kelas atas untuk merayakan berbagai acara khusus atau bahkan untuk menjadi tempat *hangout* biasa saja. Persaingan restoran *casual dining* di DKI Jakarta sangat ketat dikarenakan budaya makan di restoran ini sudah dimiliki oleh sebagian besar dari masyarakat yang tinggal disana, sehingga

restoran membuat diferensiasi agar dapat bertahan dan mampu bersaing di pasar.

Atas pertimbangan di atas, *Wonderland* akan menjawab permintaan segmen masyarakat ini dengan membangun restoran *casual dining* dengan *dining experience* yang baru dan unik, menggunakan pemanfaatan teknologi imersif dengan efektif, menyediakan makanan, minuman, dan pelayanan yang berstandar tinggi, serta mendirikan di lokasi yang sesuai dengan segmen pasar yang dituju yaitu di Kawasan SCBD, Jakarta Selatan. *Dining experience* yang diberikan akan didukung dengan pemanfaatan teknologi imersif dengan berbagai tema yang akan diubah setiap tiga bulan, dan akan diawali dengan tema yang membuat tamu merasa seperti sedang dalam musim salju atau *winter* walaupun sedang berada di dalam ruangan *full indoor*. Menu yang ditawarkan oleh *Wonderland* adalah *Italian Cuisine* berbentuk *6-course set menu* yang terdiri dari *appetizer, soup, entrée, palate cleanser, main dish, dan dessert*. *Wonderland* juga menyediakan minuman alkohol dan non-alkohol untuk disesuaikan dengan selera masing-masing tamu.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran dilakukan dengan cara membagikan kuesioner yang berjumlah 24 indikator pertanyaan dan mendapatkan responden sebanyak 121 responden. Analisis terhadap aspek pasar dan pemasaran dilakukan untuk mengetahui profil responden, perilaku

responden, dan bauran pemasaran sesuai dengan 8P. Melalui analisis tersebut diperoleh hasil data sebagai berikut.

Pada aspek segmentasi demografis dan geografis, diperoleh bahwa mayoritas responden adalah perempuan yang berusia antara 25-29 tahun, berdomisili di Jakarta Selatan dan menjalani aktivitas sehari-hari sebagai pegawai swasta atau negeri dengan tingkat pendapatan antara Rp 8.000.000 – Rp 12.000.000, serta memiliki total pengeluaran per bulan untuk makan dan minum lebih dari Rp 2.900.000. Sedangkan pada aspek segmentasi sosial, ekonomi, dan perilaku responden, diperoleh bahwa mayoritas responden sudah pernah merasakan pengalaman makan di restoran *casual dining* dan sudah pernah mengetahui atau merasakan *immersive dining experience* menggunakan teknologi *Mixed Reality (MR)* dan *LED Projector*. Selain itu, mayoritas responden juga biasanya melakukan aktivitas makan di luar rumah sebanyak 3-4 kali dalam seminggu dan memiliki biaya ekspektasi sebesar Rp1.500.000 – Rp2.000.000 yang rela dikeluarkan per orang untuk merasakan *immersive dining experience* di restoran *casual dining* yang menyajikan makanan khas Italia berupa *6-course set menu*.

Pada aspek bauran pemasaran produk, mayoritas responden sangat setuju dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bisnis restoran *Wonderland*, termasuk tiga buah *6-course set menu* (“*The Classic Italian Feast*”, “*Venetian Voyage*”, “*Taste of Tuscany*”) dan *beverages* yang beralkohol (*classic cocktails, italian cocktails, wine*) serta non-alkohol (*tea, coffee, soda, mineral water*).

Pada aspek bauran pemasaran harga, mayoritas responden sangat setuju dengan harga *6-course set menu* yang ditawarkan oleh bisnis restoran *Wonderland*, yaitu “*The Classic Italian Feast*” seharga Rp 1.500.000, “*Venetian Voyage*” seharga Rp1.750.000, serta “*Taste of Tuscany*” seharga Rp1.900.000. Mayoritas responden juga sangat setuju dengan harga *beverages* yang ditawarkan oleh *Wonderland*, yaitu menu minuman beralkohol di kisaran Rp 185.000-Rp 390.000 untuk *cocktails* dan *wine by glass*, kisaran lebih dari Rp 900.000 untuk *wine bottle*, serta menu minuman non-alkohol di kisaran Rp 60.000-Rp 100.000.

Pada aspek bauran pemasaran distribusi, mayoritas responden sangat setuju dengan konsep area makan *full indoor* dan *non-smoking*, serta pemilihan lokasi *Wonderland* di Gedung Treasury Tower, District 8 Lot 28, Kawasan SCBD, Senayan, Jakarta Selatan. Pada aspek bauran pemasaran promosi, mayoritas responden sangat setuju jika *Wonderland* melakukan promosi melalui media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok*, serta memberikan potongan *grand opening* sebesar 10% untuk 25 reservasi pertama. Mayoritas responden juga sangat setuju jika *Wonderland* melakukan pelatihan awal dan pelatihan rutin wajib untuk setiap karyawan, khususnya pelatihan *product knowledge*, *selling*, dan *upselling*.

Pada aspek bauran pemasaran sumber daya manusia, mayoritas responden sangat setuju jika karyawan *Wonderland* memfokuskan pelayanannya pada kelima hal penting, yaitu *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy*. Pada aspek bauran pemasaran paket, mayoritas responden sangat setuju dengan kedua paket yang ditawarkan oleh

Wonderland, yaitu paket “*Love and Linguine*” dengan harga Rp3.500.000 untuk dua orang dan paket “*Birthday Extravaganza*” dengan harga Rp7.000.000 untuk empat orang.

Pada aspek bauran pemasaran pemrograman, mayoritas responden sangat setuju *Wonderland* mendapatkan sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability*) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, serta melakukan kolaborasi dengan *chef* ternama yang ahli dalam mengolah makanan Italia selama satu *season* di *Wonderland*. Pada aspek bauran pemasaran kerja sama, mayoritas responden sangat setuju *Wonderland* melakukan kerja sama dengan berbagai layanan perbankan seperti BCA, Mandiri, untuk menerima pembayaran menggunakan kartu debit dan kartu kredit, serta dengan layanan keuangan digital untuk menerima pembayaran menggunakan *e-money* seperti *QRIS*, *OVO*, *Dana*, *GoPay*, *ShopeePay*, dan lainnya.

C. Aspek Operasional

Pada aspek operasional, *Wonderland* memiliki tiga jenis kegiatan yang dapat terbagi menjadi *customer process flow*, *service sequence flow*, dan *food and beverage production flow*. Restoran *Wonderland* yang berlokasi di Unit N Lantai 7 Gedung Treasury Tower ini memiliki 9 (sembilan) area yang memiliki peran yang berbeda-beda dalam berjalannya operasional *Wonderland*, yaitu *entrance*, *bar area*, *service area*, *kitchen and dishwashing area*, *guest restroom*, *staff restroom and locker room*, *janitor room*, *office area*, dan *storage room*.

Untuk mendukung operasional restoran setiap harinya, *Wonderland* akan memanfaatkan penggunaan teknologi dengan efektif seperti *LED projection*, *closed circuit television (CCTV)*, mesin *point of sales (POS)*, mesin *fingerprint*, *wireless fidelity (Wi-Fi)*, *Air Conditioner (AC)*, dan *exhaust fan*.

D. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Pada aspek organisasi dan sumber daya manusia, *Wonderland* menjabarkan posisi-posisi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis restoran ini, yaitu *commissary*, *director*, *finance*, *sales and marketing*, *projection content and design*, *restaurant manager*, *head chef*, *cook*, *steward*, *restaurant supervisor*, *server*, *hostess*, *bartender*, *sommelier*, dan *OB/OG*. Berdasarkan kebutuhan sumber daya manusia untuk melengkapi posisi-posisi tersebut, maka *Wonderland* menentukan jumlah karyawan yang dibutuhkan sebanyak 31 orang yang terbagi menjadi *Commisary* sejumlah 1 orang, *Director* sejumlah 1 orang, *Finance* sejumlah 1 orang, *Sales and Marketing* sejumlah 1 orang, *Projection Content & Design* sejumlah 1 orang, *Restaurant Manager* sejumlah 1 orang, *Restaurant Supervisor* sejumlah 1 orang, *Head Chef* sejumlah 1 orang, *Sous Chef* sejumlah 1 orang, *Cook* sejumlah 5 orang, *Steward* sejumlah 3 orang, *Server* sejumlah 8 orang, *Bartender* sejumlah 2 orang, *Sommelier* sejumlah 2 orang, dan *OB/OG* sejumlah 3 orang.

Wonderland: Immersive Dining akan mengatur regulasi jam karyawannya menjadi delapan jam kerja dalam satu hari dan 40 jam dalam satu minggu, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 11

Tahun 2020. Untuk mendukung jam operasional dari *Wonderland*, karyawan akan dibagi menjadi beberapa *shift* untuk memastikan tiga sesi makan di *Wonderland* dapat terlaksana dengan lancar, mulai dari sesi di jam 12:00-14:00, 17:00-19:00, dan 20:00-22:00.

Bisnis restoran *Wonderland* memiliki bentuk usaha Perseroan Terbatas (PT) yang bernama PT PRESTIGE CULINAIRE. Dalam proses pembangunannya, *Wonderland* akan mengurus surat-surat dan perizinan yang dibutuhkan seperti Surat Pengajuan Nama PT, Akta Pendirian PT, Surat Pengesahan PT, Surat Keterangan Domisili Perusahaan, Nomor Pokok Wajib Pajak, Surat Izin Tanda Daftar Usaha Pariwisata, Hak Paten dan Merk Dagang, Surat Izin Usaha Perdagangan, dan Surat Izin Usaha Perdagangan Minuman Beralkohol.

E. Aspek Keuangan

Nilai investasi awal dari *Wonderland: Immersive Casual dining* adalah sebesar Rp4.059.195.184, yang terdiri dari 40% uang kepemilikan pemilik atau sebesar Rp1.623.678.074 dan uang pinjaman dari bank sebesar 60% atau sebesar Rp2.435.517.110. Selain itu jumlah uang yang diperlukan oleh *Wonderland* untuk memenuhi biaya kegiatan operasional pada tahun pertama adalah sebesar Rp7.055.555.040.

Bisnis restoran *Wonderland* menetapkan asumsi penjualan sebesar 10% pada tahun pertama dengan asumsi pengunjung sejumlah 5.037 pengunjung yang akan menghasilkan total pendapatan sejumlah Rp8.188.734.496. Total aset yang dimiliki oleh restoran pada tahun pertama berjumlah

Rp4.059.195.184, total kewajiban yang dimiliki sebesar Rp2.435.517.110 dan ekuitas pemegang saham sebesar Rp1.623.678.074, maka dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa laporan neraca dari *Wonderland* sudah seimbang.

Pada tahun pertama, *Wonderland* memiliki jumlah arus kas masuk sebesar Rp8.188.734.496 dan jumlah arus kas keluar sebesar Rp7.186.949.364, sehingga menghasilkan nilai arus kas bersih sebesar Rp1.001.785.131 yang menandakan bahwa bisnis mendapatkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan pengeluarannya.

Nilai IRR dari bisnis adalah sebesar 86,86% yang merupakan nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai WACC sebesar 6,49%. Angka ini menandakan bahwa bisnis restoran *Wonderland* layak untuk dijalankan.

Aspek manajemen resiko dari *Wonderland* dijabarkan berdasarkan beberapa aspek yang berpengaruh terhadap berjalannya bisnis, yaitu aspek fisik, aspek operasional, aspek sumber daya manusia, aspek hukum, dan aspek pasar. Pengkajian terhadap aspek-aspek tersebut dilakukan untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan resiko yang dapat terjadi dan merugikan bisnis.

Berdasarkan perhitungan terhadap nilai dan aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa *Wonderland: Immersive Dining* merupakan bisnis restoran yang menguntungkan dan layak untuk dijalankan. Titik impas bisnis berada di nilai Rp7.612.776.644 (93%) dihitung dari penjualan di tahun pertama sebesar Rp8.188.734.496, maka nilai *payback period* dari bisnis adalah 2 tahun 0 bulan 10 hari. Nilai NPV yang dimiliki oleh bisnis adalah

Rp123.202.190.363 yang menandakan bahwa nilai tersebut merupakan nilai yang positif.

