BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Makanan merupakan faktor terpenting dalam kehidupan manusia. Menurut Pierre Pichere (2015, hal. 5) berdasarkan *Abraham Maslow's hierarchy 5 needs : :physcological, safety, social, self -esteem and self*-actualization. Kebutuhan manusia yang paling penting dan wajib untuk dipenuhi adalah fisiologis yaitu makan dan minum. Maka untuk memenuhi kebutuhan tersebut, membuka usaha di bidang makanan dan minuman merupakan usaha yang tepat.

Dilihat dari sisi jumlah dan laju pertumbuhan penduduk di Kawasan Jakarta Barat mendukung pendirian bisnis ini berdasarkan data dari tabel Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta

TABEL 1

Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota, 2014-2018

Kab/kota	Jumlah Penduduk				
	2014	2015	2016	2017	2018
Kepulauan Seribu	23.011	23.340	23.616	23.897	24.134
Jakarta Selatan	2,164.070	2.185.710	2.206.732	2.226.830	2.246.137
Jakarta Timur	2.817.994	2.843.820	2.868.910	2.982.783	2.916.018
Jakarta Pusat	910.381	914.180	917.754	921.344	924.086
Jakarta Barat	**2.430.410**	**2.463.560**	**2.496.002**	**2.528.065**	**2.559.362**
Jakarta Utara	1.729.444	1.747.310	1.764.614	1.781.316	1.797.292
DKI JAKARTA	10.075.310	10.177.920	10.277.628	10.374.235	10.467.629

Sumber : *Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2019* (2019)

Jika Dilihat dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa daerah Jakarta Barat pada tahun 2014-2018 merupakan willayah dengan jumlah penduduk tertinggi kedua, memiliki jumlah penduduk sebesar 2.430.410 pada tahun 2014 dan meningkat menjadi 2.559.362 pada tahun 2018 dengan tingkat kenaikan sebesar 1,30%. Melihat perkembangan penduduk yang terus meningkat menandakan adanya perkembangan

manusia yang dimana ia tidak lepas dari adanya kebutuhan fisiologis manusia yaitu makan dan minum sehingga kebutuhan makan dan minum juga akan meningkat.

Menurut Barrows, Powers & Reynolds (2012, hal. 68), restoran adalah

> *"Any public place that specializes in the sale of prepared food for consumption on- or off- premise."*

Dari pengertian diatas, restoran merupakan setiap tempat umum yang spesialisasi dalam penjualan makanan siap saji untuk konsumsi di dalam atau di luar tempat. Dengan meningkatnya kebutuhan akan makan dan minum maka dibuatnya restoran yang menyiapkan, menyajikan dan menjual makanan dapat memenuhi kebutuhan manusia untuk makan dan minum tersebut dengan cara membeli dari restoran tersebut.

Bisnis dalam bidang makanan maupun minuman merupakan bisnis yang sangat menjanjikan karena banyak keuntungan dan akan terus berkembang. Menurut Kasubdit Dana Masyarakat Direktorat Akses Nonperbankan Badan Ekonomi Kreatif Hanifah Makarim yang dikutip dari Republika.co mengatakan bahwa munculnya usaha di bidang kuliner baik restoran maupun jenis makanan yang baru menunjukan bahwa Usaha kuliner di Indonesia jauh lebih berkembang dari tahun-tahun sebelumnya. ("Usaha Kuliner di Indonesia Dinilai Lebih Berkembang | Republika Online," 2018)

Dikutip dari suara pembaruan "Menurut data dari Euromonitor International yang disampaikan oleh Managing Director Unilever Food Solutions, Joy Tarigan saat ini jumlah total pasar layanan makanan atau *food service* di Indonesia memiliki pertumbuhan sebesar 9 persen per tahun, dengan nilai mencapai Rp 844,35 triliun di 2019, di mana 90 persen merupakan restoran independen, termasuk UMKM." ("Era Digital Beri Peluang Sukses Berbisnis Kuliner," 2018)

TABEL 2

Jumlah Kategori Penyedia Makanan dan Minuman Berdasarkan Jenis Makanan Kota Jakarta Barat Tahun 2019

Cuisine	Total
Western	105
Chinese	101
Indonesian	**98**
Italian	76
Asian	62
Japanese	62
Coffee	37
Seafood	33
Jawa	27
Steak	21

Sumber : Zomato Indonesia (2019)

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa jumlah penyedia makanan dan minuman di kota Jakarta barat dikelompokan sesuai dengan jenis makanan yang disajikan seperti *Western, Chinese*, Indonesian, *Italian, Asian* dan sebagainya. Makanan Indonesia termasuk didalam tiga besar sebagai jumlah penyedia makanan dan minuman di kota Jakarta Barat yang berarti cukup diminati oleh banyak masyarakat sehingga terdapat peluang membuka usaha makan dan minum dengan jenis masakan Indonesia.

TABEL 3

Preferensi Masyarakat Pergi ke Restoran Indonesia

	Jawaban	
Apakah anda tertarik pergi makan ke restoran yang menjual masakan Indonesia?	Ya	Tidak
	76%	24%

Sumber:Hasil Olahan Data(2019)

Hal ini juga didukung oleh pendapat dari masyarakat mengenai preferensi untuk menikmati makanan Indonesia di restoran sebesar 76% yang menguatkan bahwa peminatnya cukup banyak.

Nasi sangat identik dengan orang Indonesia. Dimana apabila belum makan nasi terasa ada yang belum lengkap. Indonesia termasuk kedalam salah satu negara yang mengkonsumsi dan juga memproduksi beras dengan jumlah tinggi di dunia.

Indonesia masuk pada urutan ketiga terbesar di dunia sebagai pengonsumsi beras sebanyak 37.400 metrik ton dimana 77 persen petani Indonesia menanam padi dan Indonesia juga menduduki peringkat keempat dengan penduduk yang padat di mana beras merupakan tanaman pangan terpenting. Daerah pertumbuhan utama beras terdapat di Jawa dan Sumatra. ("Selain Indonesia, Ini 4 Negara di Dunia yang Tak Bisa Lepas dari Nasi," 2019)

TABEL 4

Rata-rata Konsumsi Beras per Kapita Seminggu (gram) yang Berasal dari Nasi Putih menurut Daerah Tempat Tinggal, Maret 2014-Maret 2018

No	Daerah Tempat Tinggal	2014	2015	2016	2017	2018
1	**Perkotaan**	**21,723**	**19,909**	**20,096**	**26,990**	**28,571**
2	Perdesaan	10,473	10,348	12,543	15,061	19,448
3	Perkotaan+Perdesaan	16,094	15,169	16,428	21,382	24,438

Sumber:Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia (Berdasarkan Hasil Susenas Maret (2018)

Berdasarkan tabel diatas, Pola konsumsi beras dalam nasi putih tahun 2014-2018 meningkat sebesar 5,63% terutama di perkotaan dikarenakan nasi putih merupakan makanan pokok masyarakat Indonesia yang dikonsumsi setiap hari. (BPS, 2018, hal. 34)

Kesimpulan berdasarkan pemaparan diatas adalah dengan adanya kebutuhan makan dan minum yang terus meningkat serta nasi sebagai makanan pokok orang Indonesia maka terdapat adanya peluang untuk membuat sebuah bisnis di bidang kuliner yang menyajikan masakan Indonesia.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan ini dilakukan untuk mengetahui peluang bisnis yang akan dilakukan berdasarkan hasil penelitian dari berbagai aspek yang akan dilakukan.

Pembuatan studi kelayakan bisnis memiliki dua tujuan, yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*), diantaranya adalah:

1. Tujuan Utama (*major subjectives*)

   Studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk menganalisa layak atau tidaknya suatu bisnis dijalankan, berikut merupakan aspek yang harus di analisa:

   a. Aspek pasar dan pemasaran

      Aspek pasar dan pemasaran meliputi kondisi dari pasar terkait dengan analisa permintaan dan pemasaran, segmentasi pasar, bauran pemsaran, *targeting, positioning,* ekonomi, sosial, legal dan politik, hukum, lingkungan hidup dan teknologi.

   b. Aspek operasional

      Aspek operasional meliputi analisa jenis aktivitas dan fasilitas, analisa hubungan fungsional dengan aktivitas dan fasilitas dan perhitungan kebutuhan fasilitas.

   c. Aspek organisasi dan sumber daya manusia

      Aspek organisasi dan sumber daya manusia meliputi analisa kepemilikan dan pengelola usaha, struktur organisasi dan pemnfaatan sumber daya manusia.

   d. Aspek keuangan

      Aspek keuangan meliputi analisa kebutuhan sumber dana, perkiraan biaya operasional, proyeksi neraca, penilaian investasi, pendapatan, laporan laba rugi serta arus kas, analisis BEP *(break-even point),* penilaian investasi dan manajemen risiko.

Analisa diatas dilakukan untuk menilai pengaruhnya terhadap keberhasilan proyek yang akan dilakukan. Menganalisa mengenai peluang dibukanya usaha restoran sehingga mengurangi adanya resiko dalam pembangunan bisnis. Hasil dari keberhasilan proyek ini dapat memberikan keuntungan bagi pemilik, yaitu perencanaan bisnis yang jelas, memudahkan dalam hal pelaksanaan dan pengendalian kerja.

2. Sub Tujuan (*minor subjectives*)

   Sub tujuan studi kelayakan bisnis ini adalah merealisasikan apa yang telah menjadi keinginan dari penulis untuk dapat membangun usaha sendiri. Dapat juga memberikan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar sehingga mengurangi angka pengangguran. Menjadi tolok ukur bagi investor mengenai keberhasilan proyek yang akan dibuat sehingga mereka mau menanamkan investasi pada usaha yang kita miliki.

C. Metodologi

Dalam penyusunan studi kelayakan bisnis diperlukan metodologi untuk pengumpulan data sehingga menghasilkan data yang akurat. Metode pengumpulan data menggunakan dua sumber yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

   Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 112), data primer merupakan data yang lebih mengacu pada informasi yang didapatkan dari sumber utama (*first-hand*) melalui survei, wawancara, *focus group* atau observasi. Data primer dalam penelitian ini akan diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada sampel penelitian untuk memberikan informasi pada variabel yang diteliti dan melakukan observasi.

a. Metode survei dengan kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 143) kuesioner adalah

> *A questionnaire is a preformulated written set of questions to which respondents record their answers, usually within rather closely defined alternatives. They are an efficient data collection mechanism when a study is descriptive or explanatory in nature.*

Penyebaran kuesioner dimana didalamnya berisi pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden terkait dengan kondisi pasar dan pemasaran yang dilakukan. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari 4 bagian yaitu data responden, kondisi pasar, fasilitas serta bauran pemasaran. Data yang telah didapatkan dari hasil kuisioner akan diolah menggunakan sistem SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 252) *Convenience sampling* adalah

> "*Convinience sampling is a nonprobability sampling design in which information or data for the research are gathered from members of the population conveniently accessible to the researcher*"

Berdasarkan pengertian diatas, *convenience sampling* merupakan bentuk desain sampling dari nonprobabilitas dimana didalamnya terdapat informasi atau data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sebuah populasi sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian. Kuisioner akan disebarkan di daerah sekitar Jakarta Barat pada bulan Oktober, yang terdiri dari 40 pertanyaan mengenai respon permintaan

pasar. Menurut Hair, Black, Babin dan Anderson (2014, hal. 100) dalam menentukan jumlah responden dalam suatu kuesioner adalah dengan rasio antara jumlah pertanyaan pada kuesioner dengan jumlah responden 1:5, sehingga jumlah pertanyaan dikalikan dengan lima sehingga diperlukan minimal 200 responden.

b. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 126), observasi adalah

"Observation concerns the planned watching ,recording, analysis and interpretation of behaviour, actions or event "

Berdasarkan pengertian diatas, Observasi menekanan dengan melihat perencanaan, merekam, menganalisa, menginterpretasikan sikap, tindakan atau kejadian. Observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan analisa di lokasi usaha yaitu di Puri Indah terkait dengan lokasi, luas tempat usaha dan kondisi pesaing dan beberapa restoran yang sejenis untuk melihat dari segi penataan ruangan, *design* serta alur dari restoran tersebut.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal. 37), data sekunder adalah

"Data that already exist and do not have to be collected by the researcher"

Berdasarkan pengertian diatas, Data sekunder adalah data yang sudah ada dan tidak harus dikumpulkan lagi oleh peneliti. Data sekunder yang dipakai oleh peneliti adalah :

a. Kepustakaan

Kepustakaan digunakan untuk mendapatkan teori yang berhubungan dengan definisi dari restoran, jenis restoran, jenis pelayanan di restoran, tipe menu, sejarah restoran, analisis *SWOT*, analisis *Five Forces Porter*, analisis permintaan dan penawaran, analisis pemasaran, analisis pasar, analisis keuangan, analisis sumber daya manusia dan analisis pesaing. Buku yang digunakan berhubungan dengan kepariwisataan, perhotelan, *food and beverage service* serta statistika.

b. Badan Pusat Statistik (BPS)

Digunakan untuk mendapatkan informasi statistik dari daerah tertentu seperti laju pertumbuhan penduduk di Jakarta, jumlah konsumsi beras yang berasal dari nasi putih masyarakat Indonesia dan jumlah produk domestik bruto regional DKI Jakarta.

c. Internet

Digunakan untuk mendapatkan informasi tentang aspek legal yaitu berbagai undang-undang ketenagakerjaan, jaminan sosial dan perpajakan, peraturan mengenai pendaftaran usaha, peraturan mengenai izin pendirian usaha serta jumlah ba nyaknya restoran yang ada di daerah Jakarta barat melalui *Zomato*.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Jenis *Food and beverage operation*

Menurut Cousins, Lillicrap & Weekes (2014, hal. 17–20), ada 12 tipe dari *food and beverage operation (restaurant)* :

a. *Themed restaurant*: berorientasi kepada hal yang berkaitan dengan internasional yang berkaitan dengan jenis dari makanan ataupun tempat yang mempunyai tema seperti hutan, opera dan sebagainya.

b. *Internasional destination restaurant* : umumnya terkait dengan restoran yang sudah mendpaatkan Michelin dimana ada perbedaan jenis makanan, suasana dan *service*. Contohnya : gastronomy restaurant

c. *Health food and vegetarian restaurant* : spesialisasi didalam hal tentang vegetarian dan makanan sehat

d. *Cafetaria* : menyediakan layanan self service dimana costumer memilih makanannya sendiri pada saat di counter.

e. *Popular catering and fast-food outlet* : pengembangan layanan kafe hingga ke restoran steak, dan sekarang menggabungkan *snack*

bar, kios untuk Memenuhi kebutuhan makan sepanjang hari untuk pasar liburan, industri dan perjalanan.

f. *Public houses* : Semacam bar untuk minum minuman beralkohol namun mempunyai suasana yang lebih mewah.

g. *Wine bar*: campuran antara *brasserie* dan bar dimana biasanya minuman yang dijual adalah wine.

h. *Bistro* : kepemilikan kecil dan biasanya bertema kayu dengan staff yang bergaya informal Cenderung menawarkan masakan yang jujur, dasar dan kuat.

i. *Brasserie* : tempatnya besar ditata gaya dengan bar panjang, biasanya menyajikan1 piring. Biasanya hanya untuk minum, kopi atau makanan ringan. Layanan yang disediakan oleh pelayan, seringkali dalam gaya tradisional celemek panjang dan rompi hitam.

j. *Coffee shop* : Mirip dengan *brasserie*, sering kali bertema. Biasanya buka sepanjang hari dan melayani semua jenis makanan mulai dari sarapan hingga makan malam.

k. *First class restaurant* : Biasanya restoran *fine dining* formal dengan persiapan klasik dan presentasi makanan dan menawarkan layanan yang berkualitas.

l. *Restaurant* : istilah yang digunakan untuk mencakup berbagai operasi. Harga, tingkat dan jenis layanan, dekorasi, gaya, masakan, dan tingkat pilihan sangat bervariasi di berbagai jenis operasi.

2. Pengertian Restoran

Menurut Walker (2017) pengertian restoran adalah tempat untuk bersantai yang menawarkan kenyamanan dan menikmati kebersamaan bersama keluarga, teman, kolega dan rekan bisnis dan memulihkan energi sebelum mengikuti kelas selanjutnya atau perjanjian.

Menurut Barrows, Powers & Reynolds (2012, hal. 68) pengertian restoran adalah setiap tempat umum yang spesialisasi dalam penjualan makanan siap saji untuk konsumsi di dalam atau di luar tempat.

3. Sejarah Restoran

Menurut Walker (2014, hal. 7–12) restoran pertama kali di temukan di Perancis. Perancis mempunyai peran dalam pengembangan restoran. Restoran pertama kali ada pada tahun 1782 oleh seorang pria bernama *Beauvilliers* dimana didalamnya terdapat seorang individu yang makan di meja dan disajikan makanan dengan porsi individu yang sebelumnya di pilih melalui sebuah menu. Restoran itu dinamakan *"Grand Taverne de Londres"*.

M.Boulanger menjual sup tiap malam di *all night taverns* di *Rue Bailleul.* Dia menyebut sup tersebut *restorantes* (restoratives) yang merupakan asal mula munculnya nama restoran pertama kali. Ia yakin bahwa sup yang dibuatnya bisa menyembuhkan berbagai penyakit. Berdasarkan hukum yang ada pada saat itu, hanya hotel yang boleh menyajikan makanan namun pada saat itu sup tidak di kategorikan sebagai makanan.

Pada tahun 1767, Boulanger menantang monopoli dan menciptakan sup yang berisikan kaki domba dengan saus putih (white sauce). Boulanger di

laporkan kepada pihak berwajib tapi Boulanger yang memenangkan gugatan tersebut dan membuka restoran dengan nama *"Le Champ d'Oiseau"*.

Tahun 1782, *Grand Tavern de Londres* dibuka di *Rue de Richelieu*. Tiga tahun berikutnya, *Aux Trois Freres Provencaux* dibuka dekat dengan *Palais Royal*. Revolusi Perancis pada tahun 1974, membuat banyak juru masak kehilangan pekerjaan sehingga banyak juru masak menetap di Perancis, mereka membuka restoran dan sebagian pergi ke Eropa hingga Amerika.

Istilah restoran pertama kali dikenal di Amerika yang diperkenalkan oleh *Jean-Baptiste Gilbert Paypalt*. Paypalt membuka restoran Perancis pertama di Amerika yang bernama *Julien's Restaurator* di Boston. *Restaurator* menghidangkan *truffles, cheese fondues* dan sup. Pada tahun 1827, restoran Perancis pertama di Amerika di dirikan di *New York* yang beranama *Delmonico's. Delmonico's* dikelola oleh 4 generasi dimana tahun 1827-1923 dikelola oleh keluarga *Delmonico*. Delmonico merupakan salah satu restoran Perancis terbaik yang ada di sejarah restoran di Amerika.

4. Klasifikasi Restoran

Menurut Walker (2017, hal. 284) klasifikasi restoran dibagi menjadi 2 yaitu:

a. *Independent Restaurants*

Restoran ini dimiliki oleh satu atau dua pemilik yang biasanya langsung turun ke dalam kegiatan operasional restoran. Restoran ini biasanya dibangun berdasarkan hasil kreatifitas dan fleksibilitas pemilik restoran itu sendiri walaupun mempunyai risiko gagal yang lebih besar.

b. *Chain Restaurants*

Restoran ini memiliki pasar, konsep, desain, pelayanan, makanan serta nama yang sama di setiap lokasi restoran ini berada.

1) *Full-service Restaurants*

a) *Fine Dining*

Restoran yang menyajikan pilihan menu terbaik, biasanya terdapat sedikitnya lima belas jenis pilihan makanan yang berbeda-beda dan umumnya dibuat secara langsung sehingga masih terjaga kualitasnya.

b) *Celebrity Restaurants*

Restoran yang dimiliki oleh para selebriti, contohnya seperti *Eccentric* di Chigago, Amerika Serikat yang dimiliki oleh Oprah Winfrey.

c) *Steak Houses*

Restoran ini menyediakan variasi daging merah, ayam serta ikan sebagai alternatif lainnya. Contohnya seperti *Outback Steakhouse*.

2) *Casual Dining and Dinner House Restaurants*

a) *Family Restaurants*

Restoran ini biasanya dioperasikan oleh sebuah keluarga dan biasanya terletak di lokasi yang strategis. Menu yang dirancang ditujukan untuk memuaskan tamu yang umumnya adalah keluarga.

b) *Ethnic Restaurants*

Restoran ini menyediakan makanan dengan spesialisasi tertentu, misalnya seperti *Del Taco* atau *La Salsa* yang merupakan *chain restaurant* makanan Meksiko.

c) *Quick-service Fast-Food Restaurants (QSRs)*

Restoran ini menyediakan makanan cepat saji, seperti: *hamburger, pizza, chicken, pancakes, sandwich* dan layanan pesan antar. Umumnya terletak di lokasi yang strategis. Contohnya seperti *McDonald's, Burger King, Domino's,* dan lain-lain.

d) *Theme Restaurants*

Restoran ini merupakan kombinasi dari spesialisasi dan jenis restoran lainnya, biasanya hanya menyajikan menu yang terbatas. Contohnya restoran bertemakan pesawat terbang atau *rock and roll*.

5. Jenis Pelayanan di restoran

Sistem pelayanan restoran secara umum terbagi menjadi beberapa jenis, menurut Cousins, Lillicrap & Weekes (2014):

a. *Table Service*

Table service adalah suatu sistem pelayanan restoran di mana para tamu duduk di kursi menghadap meja makan, dan kemudian makanan maupun minuman diantarkan, disajikan oleh pelayan

kepada para tamu. Pelayanan ini banyak dijumpai di berbagai jenis restoran seperti *café* dan *banquet*

1. *Waiter*
   a) *English* : Presentasi dan pelayanan makanan dilakukan oleh *staff* yang sudah menunggu menggunakan sendok dan garpu ke piring tamu.
   b) *Family* : Hidangan utama disajikan dengan menggunakan bahan perak, sayuran disajikan dengan porsi yang banyak pada meja sehingga dapat memudahkan tamu, saus disajikan secara terpisah.
   c) *American* : Layanan dimana makanan sudah di siapkan sebelumnya lalu disajikan kepada tamu. Biasanya pada saat *banqueting*.
   d) *French* : Presentasi dari makanan dilakukan secara individual ke tamu oleh pelayan untuk melayani mereka.
   e) *Gueridon*: Makanan disajikan di meja yang terpisah atau menggunakan *trolley* yang didalamnya bisa termasuk *carving* dan persiapan seperti salad dan *dressing*.
2. *Bar Counter* : pelayanan kepada tamu dimana tamu duduk di bar tersebut (biasanya kursi berbentuk U) biasanya ditemukan pada restoran sushi yang memakai *conveyor belt*.

b. *Assisted Service*

Assisted service adalah suatu sistem pelayanan restoran di mana para tamu yang datang dipersilahkan duduk di depan *counter* dan langsung memesan makanan. Apabila makanan dan minuman yang dipesannya sudah siap maka akan disajikan kepada tamu tadi di atas *counter*.

1. *Carvery :* Beberapa makanan disajikan kepada tamu dan beberapa makanan diambil oleh tamu sendiri. Biasanya digunakan dalam *breakfast service* dan *banqueting.*

c. Self Service

Self service ialah suatu sistem pelayanan restoran di mana langsung melayani diri sendiri dari *buffet* atau *counter*. Pelayanan ini biasanya ditemui di kafetaria.

1. *Cafetaria*

a) *Counter* adalah Tamu mengantri di *service counter* dan sebelumnya memilih menu sesuai yang diinginkan sebelum menaruhnya kedalam *tray* (termasuk *carousel* – rak yang terus berputar sehingga menghemat tempat).

b) *Freeflow* : hampir sama seperti counter namun di *food service area* tamu bebas untuk pindah secara acak dan biasanya keluar dari titik kasir.

c) *Echelon* : hampir sama sepeerti counter dengan sudut *customer flow* dengan *freeflow area.*

d) Supermarket : titik servis pulau dalam area aliran bebas.

d. Single point Service

Single point service merupakan jenis pelayanan dimana para tamu dapat memesan makanan yang ingin dipesan, membayar makanan tersebut dan mengambilnya.

1. Takeaway

a) *Takeaway* adalah pesanan pelanggan dilayani di satu *counter* pelanggan menghabiskan makanan makanan di tempat dan beberapa restoran *takeaway* menyediakan tempat makan.

b) *Drive-thru* adalah sama dengan *takeaway* dimana pemesanan, pembayaran dan pengambilan makanan dilakukan tamu dengan mengendarai kendaraan.

c) *Fastfood* adalah digunakan untuk menggambarkan layanan *counter* dimana tamu mendapatkan makanan komplit sesuai dengan apa yang telah dibayarkan. Biasanya menggambarkan jenis usaha yang menawarkan menu terbatas, layanan cepat dengan fasilitas tempat makan maupun *takeaway*.

d) *Vending* adalah penyediaan layanan makanan dan minuman dengan menggunakan cara ritel otomatis.

e) *Kiosk* adalah penyediaan pelayanan yang biasanya ada pada saat tertentu pada lokasi yang spesifik dan buka untuk tamu yang ingin memesan dan ingin dilayani.

f) *Foodcourt* adalah serangkaian *counter* dimana tamu dapat memesan makanan (seperti di *bar*) atau membeli dari beberapa counter yang ada dan makan di tempat makanyang berbeda ataupun juga bisa *takeaway*.

g) *Bar* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pesanan, layanan, pembayaran dan tempat konsumi di empat berlisensi.

e. *Specialised Service*

Specialised service merupakan jenis pelayanan dimana makanan dan minuman dimana makanan dan minuman di berikan kepada tamu di tempat tamu tersebut berada. Pelayanan ini termasuk juga *tray service* di rumah sakit atau pesawat, *trolley service*, pengantaran ke rumah, *lounge* dan *room service.*

1. *Tray* adalah metode pelayanan dimana makanan ditaruh pada *tray* ke tamu pada situasi tertentu (rumah sakit, pesawat, kereta)
2. *Trolley* adalah pelayanan makanan dan minuman lewat *trolley*, jauh dari area tempat makanan.
3. *Home-delivery* adalah pelayanan dimana makanan diantarkan ke rumah atau tempat kerja.
4. *Lounge* adalah pelayanan berbagai jenis makanan dan minuman pada *lounge area.*
5. *Room* adalah pelayanan berbagai jenis makanan dan minuman pada kamar tamu ataupun tempat meeting.

6. *Drive-in* adalah tamu memakirkan kendaraan mereka dan dilayani di kendaraan mereka.

6. Menu

Menurut Davis (2012, hal. 130), klasifikasi menu adalah

"There are basically only two types of food menus: the table d'hote and the a la carteFrom these two types of menus there are in practice many adaptions each."

Berdasarkan penjelasan diatas, maka klasifikasi menu dibagi dua jenis:

a. *Menu A la Carte*

Jenis menu ini dimana pelanggan hanya membayar harga makanan atau minuman yang telah di pilih.Tipe menu ini biasanya dikelompokan sesuai dengan kategorinya masing-masing.

b. *Menu table d'hote*

Jenis menu ini dimana jenis makananan yang popular dan lebih mudah di kontrol. Didalamnya sudah terdapat harga yang pasti serta tetap terhadap menu tersebut.

7. Nasi

Menurut Tan Shot Yen dilansir dari Tempo.co ("Nasi Adalah Makanan Budaya," 2017), Nasi adalah merupakan hasil produk rafinasi atau olahan karena bentuk awal nasi sebelum dimasak tidak lagi *whole grain* atau biji utuh, melainkan beras yang sudah diolah, yaitu gabah yang sudah dipisahkan dari kulitnya dengan menggunakan mesin. Proses pengolahan ini melibatkan campur tangan manusia.

8. Jenis-jenis nasi

Menurut *Rice Association* (2019) nasi pada umumnya dapat dibagi menjadi 3 kelompok umum yaitu, *long grain*, *short grain* dan *medium grain*. Diluar dari pada itu dapat juga dibagi menjadi *specialitiy* dan *aromatic rice*:

a. *All purpose long grain rices*

   Nasi jenis ini biasanya di impor dari USA, Italia, Spanyol, Surinam, Guyana dan Thailand yang dapat digunakan dalam segala jenis masakan. Pada jaman dulu, *long grain rice* di ekspor dari India yang dikenal dengan nama Patna yaitu daerah tempat ia tumbuh.

b. *Regular long grain rice*

   Nasi jenis ini adalah jenis yang paling populer diantara semua jenis nasi karena memiliki cita rasa yang sempurna dimana kaya dan lembut. Dilakukan penggilingan untuk mengeluarkan lapisan sekam dan dedak serta kernel yang tersisa sebanyak 4-5 kali hingga melebar. Nasi jenis ini sangat serbaguna dan digunakan berbagai jenis makanan internasional, biasany makanan Chinese.

c. *Easy cook long grain rice*

   Nasi jenis ini mempunyai rasa yang kuat disbanding nasi putih pada umumnya. Tidak seperti nasi putih pada umunya yang langsung digiling dari sawah, nasi ini di *steam* terlebih dahulu sebelum digiling. Proses ini mengeraskan gandum sehingga mengurangi terjadinya *over-cooking* dan membantu menahan adanya vitamin natural dan mineral yang terkandung. Nasi jenis ini mempunyai warna agak kuning namun akan berwarna putih apabila sudah dimasak, dapat juga digunakan seperti *regular long grain*.

d. *Brown long grain rice*

Nasi jenis ini mempunyai rasa seperti kacang-kacangan. *Brown rice* hanya melewati proses giling minimal oleh karena itu ia memiliki vitamin.mineral dan *fiber* yang banyak dibanding *regular/easy cook white rice*. Gandum yang Terisa akan terpisah pada saat dimasak seperti *long grain white rice* namun butuh waktu yang lebih lama untuk dapat lembut. Gandum yang sudah dimasak inilah yang memberikan tekstur kenyal yang membuat banyak orang suka.

e. *Speciality*

Jenis nasi ini termasuk the *aromatics* risotto*, glutinous* dan *pudding rice* yang diaman cocok untuk masakan etnis /daerah. Biasanya tumbuh, dimasak dan diamakan di tempat yang sama.

f. *The aromatics*

Nasi ini merupakan nasi kelas satu yang digolongkan khusus kedalam beras aromatik yang mengandung bahan alami, 2- *acetyl* 1-*pyroline* yang membuat rasa dan aromatik tersebut.Kualitas dari aroma tersebut dapat berbeda pada saat tahun pertama dan tahun berikutnya sama seperti *wine*. Semakin tua maka aroma akan lebih kuat. Variasi dari *aromatic rice* ini termasuk *basmati* dan *jasmine rice*.

g. *Basmati Rice*

Nasi jenis ini sangat panjang dan ramping.Tumbuh di kaki pegunungan Himalaya di India dan Pakistan. Nasi ini memiliki aroma yang harum dan merupakan nasi yang digunakan didalam masakan India. Dalam resep India sering dimasak dengan rempah-rempah untuk meningkatkan sifat aromatiknya.

h. *Jasmine Rice*

Nasi jenis ini merupakan jenis aromatic rice namun rasa nya tidak sekuat *basmati rice*. Nasi ini berasal dari Thailand. Nasi ini berbentuk panjang dan ramping sehingga mereka harus tetap terpisah pada saat memasak namun berbeda dengan *long grain rice* karena jenis ini lebih lembut dan sedikit lengket saat dimasak. Biasanya cocok dengan makanan Chinese ataupun Asia tenggara.

i. *Japonica rice*

Nasi jenis ini termasuk dalam *short and medium grain*. Biasanya tumbuh di California. Banyak variasi warna baik merah,coklat dan hitam. Biasanya digunakan pada makanan Japanese dan Caribbean karena sifatnya yang lembab dan kuat saat dimasak.

j. *Short Grain*

Nasi jenis ini biasanya berbentuk bulat dan lembab pada saat dimasak. Tekstur yang agak lengket sehingga cocok untuk *dessert* dan biasa digunakan untuk sushi.

k. *Bomba*

Nasi jenis ini tumbuh di berbagai daerah di Spanyol. Bomba dapat menyerap tiga kali volume dalam cairan tapi hanya melebar tidak dapat bertambah panjang. Karakteristik ini cocok untuk hidangan nasi seperti paella ataupun bisa dipakai dalam sup.

l. *Originario*

Nasi jenis ini termasuk dalam *short and round grains*. Nasi dari Itali ini mempunyai daya serap yang tinggi yang membuat ini ideal untuk sup, makanan yang dimasak menggunakan oven, *rice pudding, rice cake* atau *dessert*.

m. *Medium grain*

Nasi jenis ini di Eropa biasanya dipadukan dengan risotto yang *creamy* pada saat dimasak. Biasanya cocok untuk *pudding, desserts* dan makanan yang menggunakan cairan pada metode memasaknya.

n. *Arborio*

Nasi jenis ini berbentuk oval dan berwarna putih susu. Gandum ini memiliki kandungan amilosa yang tinggi sehingga melepaskan pati yang cukup selama memasak dan menciptakan tekstrur *creamy* yang ideal untuk risotto.

o. *Carnaroli*

Nasi jenis ini mempunyai kandungan pati yang tinggi dan gandum yang kuat. Nasi ini merupakan pilihan pertama bagi orang Italia pada saat menyiapkan risotto. Kandungan amilosa yang tinggi membantu mempertahankan bentuk dan memberikan rasa *creamy*.

p. *Violane nano*

Nasi ini tumbuh di provinsi Verona,Italia. Vialone Nano adalah nasi risotto yang populer, bentuknya bertahan selama memasak, sambil tetap menyerap cairan, inilah yang memberikan tekstur *creamy* pada risotto. Nasi ini hanya dapat tumbuh di 24 kota di Verona.

q. *S. andrea*

Nasi ini merupakan varietas nasi risotto italia yang baru, dimana ukurannya kecil daripada varietas yang lain dan sangat mudah dimasak. Nasi ini akan sangat sulit digunakan bagi pemula karena sukar matang. Dapat digunakan dalam hidangan lain seperti pudding.

r. *Carolino*

Nasi jenis ini tumbuh di tiga wilayah produksi terpenting di Portugal. Nasi jenis ini sangat kuat dan lembut pada saat dimasak, menyerap rasa dan warna dan membuat saus *creamy* yang sangat ideal untuk persiapan rebusan, hidangan berbasis tomat dan ikan / makanan laut yang biasanya dari masakan Portugis.

s. *Roma*

Diantara semua *medium grain Italian risotto rice*, roma mempunyai gandum yang terbesar dan terpanjang. Melepaskan pati yang cukup selama memasak, sangat cocok untuk risotto yang *creamy* dan membutuhkan waktu memasak yang sedikit lebih

pendek daripada jenis gandum nasi risotto yang lain. Memiliki daya serap tinggi, sehingga juga bisa digunakan dalam saus dan puding.

t. *Ribe*

Nasi jenis ini banyak tumbuh di lembah sungai Po di Italia, merupakan varietas serbaguna yang cocok untuk direbus, dikukus atau pilaf. Nasi jenis ini dapat digunakan di risotto namun lebih cocok untuk hidangan yang menggunakan cairan seperti sup sayuran atau *minestrone*. Dapat digunakan juga dalam salad nasi.

u. *Ponni & sona masoori*

Nasi jenis ini termasuk dalam *medium grain*, *non-aromatic rice*. Tumbuh di negara bagian India. Tekstur dari nasi ini halus da nagak bertepung namun terasa ringan saat di perut.Berbeda dengan nasi *Basmati*, *ponni & sona masoori* memiliki tekstur yang agak lengket.

9. Konsep Bisnis

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan diatas, usaha kuliner ini dapat dikategorikan sebagai *Restaurant* dimana makanan yang dijual bervariasi yang konsepnya sebagai tempat untuk bersantai yang menawarkan kenyamanan dan menikmati kebersamaan bersama keluarga, teman, kolega dan rekan bisnis.

Restoran ini merupakan sebuah restoran yang menyajikan masakan - masakan khas dari beberapa daerah di Indonesia. Seperti makanan khas dari Batam, Manado, Bali dan Padang. Klasifikasi makanan Indonesia adalah susunan makanan yang dimana didalamnya terdapat nasi, lauk-pauk serta sayuran. Dimana restoran ini menyajikan masakan Indonesia menyesuaikan

dengan perpaduan lauk pauk serta sayuran yang disajikan dalam bentuk *ricebowl* (mangkuk). Nasi yang digunakan merupakan jenis *long grain rice*; yang memiliki cita rasa kaya dan lembut. Didalam ricebowl tersebut juga divariasikan nasinya dimana disajikan dengan nasi berwarna yang terbuat dari bahan alami (sayuran).

TABEL 5

Ketertarikan Masyarakat Mengkonsumsi Nasi

Apakah anda tertarik untuk mengkonsumsi nasi berwarna yang berasal dari bahan alami ?	Jawaban	
	Ya	Tidak
	80%	20%

Sumber:Hasil Olahan Data(2019)

Hal ini juga diperkuat dengan pendapat masyarakat yang tertarik dengan mengkonsumsi nasi berwarna yang terbuat dari bahan alami sebesar 80%. Lauk-pauk yang disajikan juga beragam mulai dari ayam, ikan dan sapi yang dimasak dengan beberapa bumbu daerah khas Indonesia bumbu merah, bumbu kuning dan beragam bumbu lainnya. Didalamnya juga terdapat cita rasa yang sedikit pedas karena menyesuaikan dengan lidah orang Indonesia yang suka akan makanan pedas maka restoran ini juga menyediakan beberapa jenis sambal daerah khas Indonesia seperti sambal hijau dari Sumatra Barat, sambal roa dari Sulawesi Utara dan sambal matah dari Bali.

Restoran ini menggunakan jenis layanan *Table service*, dimana para tamu duduk di kursi menghadap meja makan, dan kemudian makanan maupun minuman diantarkan, disajikan oleh pelayan kepada para tamu. Restoran ini menggunakan menu *ala carte* dimana tamu hanya membayar harga makanan dan minuman sesuai dengan apa yang telah dipesannya.

Desain dari restoran ini adalah minimalis yaitu yang di dominasi dengan warna putih untuk memberikan kesan simpel, sederhana dan modern. Restoran ini menggunakan elemen rotan yang berasal dari Indonesia khususnya Jawa, pada interior desainnya untuk memberikan kesan kederhanaan yang sesuai dengan desain minimalis dan juga memberikan kesan kehangatan.

UNIVERSITAS PELITA HARAPAN