

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Di zaman modern ini, masyarakat tak hanya menyukai *traveling* tetapi juga kuliner. Kuliner adalah salah satu budaya yang berkaitan dengan masyarakat. Kuliner tidak hanya memiliki nilai sejarah tetapi juga memiliki nilai filosofis. Kuliner adalah suatu bagian hidup yang erat kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kuliner juga dikenal dengan hobi campuran yang biasa disebut dengan wisata kuliner yang tujuannya untuk makan dan berjalan-jalan (wisata). Namun, biasanya kata kuliner lebih mengacu kepada makanan yang ditemui di suatu tempat, sehingga orang-orang akan berpergian ke tempat atau daerah tersebut dengan bertujuan untuk menikmati makanannya. Setiap daerah di suatu negara pastinya memiliki makanan khas atau andalannya tersendiri mulai dari makanan sederhana hingga makanan yang rumit, unik, dan berkkelas.

Sekarang ini, wisata kuliner sangatlah berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari pemasaran yang dilakukan tak hanya di media cetak seperti majalah tetapi juga dipasarkan di media sosial maupun televisi. Di Indonesia sendiri, kata wisata kuliner tersebut menjadi luas di Indonesia karena adanya media masa dan televisi. Dan Indonesia menjadi identik dengan istilah kuliner karena memiliki beragam jenis masakan yang disajikan berbeda-beda, mulai dari cita rasa yang khas hingga cara penyajian masakan tersebut. Wisata kuliner Indonesia telah tersebar luas

bahkan, wisata kuliner Indonesia juga digemari oleh wisatawan mancanegara dan juga sebaliknya, diketahui juga bahwa masyarakat di berbagai pelosok Indonesia juga cukup menggemari kuliner asing oleh karena adanya berbagai iklan, siaran televisi dan media mengenai kuliner mancanegara. Tidak heran oleh karena adanya hal tersebut, berdasarkan produk domestik bruto mengenai konsumsi industri makanan dan minuman di Indonesia meningkat.

TABEL 1

Data statistik distribusi PDB Lapangan Usaha Industri Pengolahan tahun 2015-2019 (persen)

No.	Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018*	2019**
1	Industri Batu Bara dan Pengilangan Migas	13,26	11,25	11,29	11,27	10,79
2	Industri Makanan dan Minuman	26,75	29,11	30,46	31,47	32,47
3	Industri Pengolahan Tembakau	4,49	4,60	4,46	4,48	4,52
4	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	5,76	5,64	5,49	5,72	6,41
5	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	1,30	1,38	1,35	1,42	1,36
6	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	3,22	3,15	2,98	2,84	2,57
7	Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	3,63	3,52	3,53	3,45	3,52

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

*Angka Sementara

** Angka Sangat Sementara

TABEL 1

Data statistik distribusi PDB Lapangan Usaha Industri Pengolahan tahun 2015-2019
(persen)

No.	Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018*	2019**
8	Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	8,67	8,78	8,62	8,13	8,52
9	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	3,55	3,11	3,13	3,14	2,82
10	Industri Barang Galian bukan Logam	3,45	3,50	3,27	3,16	2,99
11	Industri Logam Dasar	3,73	3,52	3,61	3,78	3,72
12	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	9,37	9,50	9,23	8,74	8,51
13	Industri Mesin dan Perlengkapan	1,54	1,58	1,57	1,62	1,51
14	Industri Alat Angkutan	9,12	9,29	9,01	8,85	8,28
15	Industri Furnitur	1,30	1,26	1,24	1,20	1,26
16	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	0,85	0,81	0,76	0,72	0,74
Industri Pengolahan		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

*Angka Sementara

** Angka Sangat Sementara

Berdasarkan data statistik dari tabel 1, dapat dilihat bahwa PDB industri makanan dan minuman di Indonesia meningkat dari tahun 2015 sampai dengan 2019. PDB industri makanan dan minuman berada pada urutan kedua setelah industri batu bara dan pengilangan migas. Pada tahun 2015, PDB industri makanan dan minuman tercatat sebesar 26,75, pada tahun 2016 PDB industri makanan dan minuman tercatat sebesar

29,11, pada tahun 2017 PDB industri makanan dan minuman tercatat sebesar 30,46, pada tahun 2018 PDB industri makanan dan minuman tercatat sebesar 31,47, dan pada tahun 2019 PDB industri makanan dan minuman tercatat sebesar 32,47. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumsi dari industri makanan dan minuman semakin meningkat dari tahun ke tahun.

TABEL 2

Data Statistik Jumlah Usaha Penyediaan Makanan Skala Menengah Menurut Provinsi dan Jenis Usaha tahun 2018

No.	Provinsi	Jenis Usaha			Jumlah
		Restoran	Katering	PMM Lainnya	
1	Aceh	21	1	13	35
2	Sumatera Utara	191	8	70	269
3	Sumatera Barat	68	8	29	105
4	Riau	125	8	47	180
5	Jambi	34	1	7	42
6	Sumatera Selatan	132	11	22	165
7	Bengkulu	18	0	4	22
8	Lampung	39	3	9	51
9	Kepulauan Bangka Belitung	19	1	3	23
10	Kepulauan Riau	114	9	59	182
11	DKI Jakarta	3,021	97	1,098	4,216
12	Jawa Barat	1,231	107	456	1,794
13	Jawa Tengah	289	22	101	412
14	D.I Yogyakarta	157	13	63	233
15	Jawa Timur	640	76	283	999
16	Banten	584	24	198	806
17	Bali	408	12	137	557
18	Nusa Tenggara Barat	29	3	13	45
19	Nusa Tenggara Timur	25	0	11	36
20	Kalimantan Barat	43	1	11	55
21	Kalimantan Tengah	26	1	12	39

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

TABEL 2

Data statistik jumlah usaha penyediaan makanan skala menengah menurut Provinsi dan Jenis Usaha tahun 2018

No.	Provinsi	Jenis Usaha			Jumlah
		Restoran	Katering	PMM Lainnya	
22	Kalimantan Selatan	59	13	27	99
23	Kalimantan Timur	109	38	26	173
24	Kalimantan Utara	1	2	0	3
25	Sulawesi Utara	47	2	15	64
26	Sulawesi Tengah	4	0	2	6
27	Sulawesi Selatan	150	15	93	258
28	Sulawesi Tenggara	14	1	5	20
29	Gorontalo	10	0	0	10
30	Sulawesi Barat	2	0	0	2
31	Maluku	20	2	5	27
32	Maluku Utara	26	0	7	33
33	Papua Barat	4	2	2	8
34	Papua	20	4	8	32
Indonesia		7,680	485	2,836	11,001

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Tidak hanya terjadi pada peningkatan konsumsi pada industri makanan dan minuman, untuk mendukung peningkatan tersebut juga terdapat peningkatan pada jumlah usaha penyediaan makanan skala menengah yakni pada tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah penyediaan makanan dan minuman kelas menengah di tahun 2018 cukup banyak. Dimana dalam jenis usaha restoran atau rumah makan di Indonesia tercatat sebanyak 7,680, sedangkan untuk jenis usaha katering tercatat sebanyak 485, sedangkan untuk jenis usaha lainnya tercatat sebanyak 2,836 dan untuk total seluruh penyediaan makanan dan minuman kelas menengah pada tahun 2018 tercatat sebanyak 11,0001.

TABEL 3

Data statistik persentase banyaknya usaha penyediaan makanan dan minuman kelas menengah besar menurut Lokasi dan Jenis Usaha tahun 2018

No.	Lokasi Usaha	Restoran atau Rumah Makan	Katering	Penyedia Makan Minum lainnya	Jumlah
1	Mall/Pertokoan/Perkantoran	72,46	23,72	65,99	70,35
2	Hotel	1,32	0,00	1,01	1,25
3	Kawasan Wisata (Obyek Wisata)	7,48	1,92	3,37	7,01
4	Kawasan Industri	0,60	3,21	1,35	0,74
5	Lainnya	18,14	71,15	28,28	20,65
Jumlah		100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Menurut lokasi dan jenis usaha, dapat terlihat pada tabel 3 dalam penyediaan makanan dan minuman kelas menengah besar yang paling tinggi adalah Mall/Pertokoan/Perkantoran yang tercatat sebesar 70,35 persen di tahun 2018. Untuk persentase penyediaan makanan dan minuman yang berlokasi di Hotel tercatat sebesar 1,25 persen, untuk Kawasan Wisata tercatat sebesar 7,01 persen, untuk Kawasan Industri tercatat sebesar 0,74 persen, sedangkan penyediaan makanan dan minuman lainnya tercatat sebesar 20,65 persen. Hal ini membuktikan saat ini orang-orang cenderung mencari makanan dan minuman di sekitar lokasi mall/pertokoan/perkantoran agar dapat mempermudah dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman demi kelangsungan hidup.

TABEL 4

Distribusi PDRB Lapangan Usaha Provinsi Riau (Persen) Tahun 2015-2019

No.	Sektor PDRB	2015	2016	2017	2018	2019
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	22,09	22,92	23,55	22,21	22,92
2	Pertambangan dan Penggalian	30,91	28,16	25,92	27,87	24,25
3	Industri Pengolahan	23,85	24,68	25,35	24,61	25,54
4	Pengadaan Listrik dan Gas	0,05	0,06	0,06	0,06	0,07
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
6	Konstruksi	7,92	8,36	8,75	8,90	9,56
7	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	8,88	9,38	9,80	9,84	10,79
8	Transportasi dan Pergudangan	0,79	0,83	0,86	0,86	0,91
9	Penyediaan Akomodasi dan makanan Minum	0,51	0,53	0,54	0,54	0,55
10	Informasi dan Komunikasi	0,62	0,64	0,67	0,68	0,75
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	0,87	0,90	0,89	0,90	0,91
12	Real Estate	0,83	0,85	0,86	0,85	0,90
13	Jasa Perusahaan	-	0,01	0,01	0,01	0,01
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1,54	1,52	1,51	1,45	1,50
15	Jasa Pendidikan	0,50	0,51	0,52	0,51	0,56
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,18	0,18	0,19	0,19	0,22
17	Jasa Lainnya	0,43	0,46	0,49	0,51	0,56
Total		100	100	100	100	100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Dapat dilihat dalam tabel 4 PDRB Industri Penyediaan Makanan dan Minuman pada tahun 2015 hingga 2019 mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2015 PDRB industri penyediaan makanan dan minuman yaitu sebesar 0,51 persen, tahun 2016 mengalami peningkatan menjadi 0,53 persen, pada tahun 2017 dan 2018 PDRB mengalami peningkatan menjadi 0,54 persen, dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu menjadi 0,55 persen. Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa konsumsi makanan dan minuman di Provinsi Riau meningkat dari tahun ke tahun.

Tidak hanya di kota-kota besar di Indonesia, industri makanan dan minuman juga berkembang di berbagai pelosok di Indonesia. Salah satu provinsi yang memiliki pertumbuhan pada industri makanan dan minuman adalah Provinsi Riau. Provinsi Riau terletak di Pulau Sumatera. Pada tahun 2018, hasil proyeksi jumlah penduduk Provinsi Riau adalah sebesar 6.074.100 jiwa. Masyarakat di Provinsi Riau memiliki beragam agama yang dianut dan mayoritas penduduk memeluk Agama Islam yaitu sebesar 5.312.814 jiwa, Agama Kristen sebesar 562.907 jiwa, Agama Buddha sebesar 132.593 jiwa, Agama Katolik sebesar 61.391 jiwa, Agama Kong Hu Cu sebesar 2.130 jiwa, Agama Hindu sebesar 757 jiwa, dan Kepercayaan lainnya sebesar 1.508 jiwa. Penduduk di Provinsi ini memiliki berbagai jenis suku yang terdiri dari Suku Melayu, Suku Bugis, Suku Banjar, Suku mandahiling, Suku Batak, Suku Jawa, Suku Minangkabau, dan Suku China. Sedangkan suku asli yang berasal dari Provinsi Riau adalah Suku Sakai, Suku Talang Mamak, Suku Akit, dan Suku Hutan. Provinsi Riau memiliki pertumbuhan di sektor industri makanan dan minuman yakni dilihat dari

jumlah restoran yang ada di setiap tahunnya mengalami peningkatan seperti yang disebutkan dalam tabel sebagai berikut:

TABEL 5

Data statistik restoran yang berada di Provinsi Riau dari tahun 2016-2019

No.	Kabupaten/Kota	2016	2017	2018	2019
1.	Kuantan Singingi	28	30	42	69
2.	Indragiri Hulu	29	30	31	39
3.	Indragiri Hilir	110	135	148	370
4.	Pelalawan	120	125	134	164
5.	Siak	129	130	135	179
6.	Kampar	87	96	118	133
7.	Rokan Hulu	251	268	271	286
8.	Bengkalis	164	183	206	212
9.	Rokan Hilir	115	123	153	168
10.	Kepulauan Meranti	15	16	18	18
11.	Pekanbaru	1,561	1,696	1,842	1,911
12.	Dumai	190	200	202	177
	Total	2,799	3,032	3,300	3,726

Sumber: BPS Provinsi Riau (2019)

Berdasarkan data statistik dari tabel 5, dapat dilihat bahwa jumlah restoran atau rumah makan di Provinsi Riau semakin meningkat dari tahun ke tahun yaitu tahun 2016 tercatat bahwa Provinsi Riau memiliki total restoran sebanyak 2,799, pada tahun 2017 tercatat bahwa Provinsi Riau memiliki total restoran sebanyak 3,032, pada tahun 2018 tercatat bahwa Provinsi Riau memiliki total restoran sebanyak 3,300, dan 3,726 restoran pada tahun 2019. Dari data tersebut menunjukkan bahwa kuliner di Indonesia berkembang terus menerus salah satunya yaitu berada di Provinsi Riau. Restoran-restoran yang terdapat pun beraneka ragam dan bertemakan khusus.

TABEL 6
Daftar Restoran *Western Food* yang berada di Provinsi Riau

No	Nama Restoran	Cuisine	Alamat
1.	Peterseli Kitchen	<i>Mexican</i>	Jl. Pattimura, Pekanbaru, Provinsi Riau, Sumatra, Indonesia.
2.	Food House Restaurant	<i>South Western</i>	Jl. Teuku Umar No. 80B, Pekanbaru 28141, Indonesia.
3.	J Couvee Lounge Bar	<i>South Western</i>	Jl. Tengku Zainal Abidin No. 1 komplek Mal Pekanbaru, Pekanbaru 28116, Indonesia.
4.	D'Taste Bistro	<i>South Western</i>	Jl. Jendral Sudirman No. 405-409 komplek Vansquare, Pekanbaru, Indonesia.
5.	Local Pantry	<i>European</i>	Jl. Riau Riau Business Center No. 11-12A, Pekanbaru 28291, Indonesia.
6.	Santai Maknyus Coffee and Eatery	<i>European</i>	Jl. Soekarno-Hatta komplek Citraland No. 11-12, Pekanbaru 28286, Indonesia.
7.	Pizza Lezzato Pekanbaru	<i>Spanish</i>	Jl. Lobak No. 103a Tobek Godang, Pekanbaru 28291, Indonesia.
8.	Americana New York Chicken	<i>American</i>	Jl. Riau blok A No. 16 Kepulauan Riau Komplek Lucky Plaza, Pekanbaru, Indonesia.

Sumber: Tripadvisor

Berdasarkan data dari tabel 6, dapat dilihat bahwa restoran *Western food* mulai berkompetisi di kalangan masyarakat Provinsi Riau dan terbukti bahwa masyarakat Provinsi Riau memiliki ketertarikan terhadap makanan barat, salah satu yang cukup digemari adalah makanan yang berasal dari Meksiko, walaupun hanya terdapat satu restoran yang menyediakan makanan yang berasal dari Meksiko. Untuk masakan Jepang, terdapat lebih dari 33 restoran, untuk masakan Korea terdapat lebih dari 12 restoran, dan untuk *chinese food* terdapat lebih dari 47 restoran yang berada di Provinsi Riau. Masakan Meksiko satu-satunya yang berada di Provinsi Riau adalah Peterseli

Kitchen. Peterseli Kitchen merupakan restoran makanan sehat ala mexican yang berdiri pada tahun 2014. Peterseli Kitchen yang sudah berdiri 6 tahun lamanya ini membuktikan bahwa masakan Meksiko cukup digemari oleh masyarakat Provinsi Riau yang dapat membuka peluang besar untuk mendirikan restoran ala Meksiko. Oleh karena itu, proposal studi kelayakan bisnis ini akan menginovasi makanan barat khas Meksiko dengan pencampuran makanan Indonesia yang akan menghasilkan cita rasa yang unik.

Dengan ini, penulis membuat proposal dengan tema “Studi Kelayakan Bisnis *Food Stall* A-Burrito di Mall SKA Pekanbaru”. A-Burrito adalah kepanjangan dari Asian Burrito yang dimana menggunakan penggabungan dari makanan Indonesia dan luar negeri yaitu Meksiko. Burrito sendiri merupakan sebuah makanan yang dimana kulitnya terbuat dari tepung terigu. Penulis membuat tema proposal ini karena makanan yang disajikan dengan cara membungkus atau *wrap* di zaman modern sangat populer dan makanan Indonesia sangat disukai oleh masyarakat Indonesia. Sehingga ketika Burrito yang dalamnya berisi makanan Indonesia merupakan sesuatu yang unik yang belum pernah dicoba oleh masyarakat Indonesia. Makanan Meksiko telah terkenal di banyak negara dan kenikmatan dari rasa makanan Meksiko ini telah diakui oleh dunia. Kepopuleran makanan Meksiko ini, tidak membuat wisatawan untuk melewatkan makanan khas Meksiko ini. Selain itu, makanan Meksiko memiliki ciri khas yaitu rasa *spicy* atau pedas yang cocok dengan lidah masyarakat Indonesia dan juga makanan Meksiko ini juga dapat dikatakan sebagai makanan *comfort food* karena makanan ini mudah diterima oleh lidah orang Indonesia. Jenis usaha yang akan

dievaluasi adalah PT yaitu berupa *food stall*. *Food stall* atau warung makan merupakan tempat yang menjual makanan maupun minuman. Penulis memilih membuka usaha bisnis kuliner dikarenakan bisnis kuliner memiliki pasar yang besar karena makanan merupakan salah satu kebutuhan utama bagi manusia, strategi pemasaran usaha bisnis cukup mudah untuk dilakukan seperti membuat kemasan yang unik dan menarik, dan bisnis kuliner ini berpeluang membuka cabang atau *franchise*. Kendala yang dihadapi saat membuat studi kelayakan bisnis adalah mencari lokasi yang tepat dan strategis dimana pandemi covid-19 ini masih berlangsung sehingga untuk mencari lokasi yang tepat sangatlah tidak mudah.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Untuk mendirikan usaha bisnis memerlukan modal yang jumlah modalnya sesuai dengan jenis usaha bisnis tersebut dan tujuan dari perusahaan. Dalam penentuan modal usaha bisnis diperlukan untuk membuat studi kelayakan bisnis yang dimana berperan sangat penting untuk beberapa kalangan, seperti investor sebagai pemilik modal atau pelopor, bank sebagai yang memberikan kredit (kreditur), dan pemerintah sebagai pemberi fasilitas. Adapun tujuan dari studi kelayakan bisnis a-Burrito terbagi menjadi dua tujuan yaitu tujuan utama dan sub tujuan.

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji kelayakan bisnis dari masing-masing aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, aspek organisasi, aspek Sumber Daya Manusia (SDM), dan aspek keuangan.

2. Sebagai acuan untuk investor yang ingin menanam modal.
3. Membuat estimasi kelangsungan usaha guna untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya risiko dan hambatan yang akan datang.
4. Mempermudah perencanaan, pengendalian, dan pengawasan usaha bisnis.

Sub tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia.
2. Meningkatkan pendapatan daerah dengan membayar pajak.
3. Menciptakan inovasi makanan dengan pencampuran makanan khas Meksiko dan makanan Indonesia.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis *Food Stall A-Burrito*, dibutuhkan data pendukung untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang layak atau tidaknya bisnis tersebut dijalankan. Dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini, menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sekaran & Bourgie (2016: 38), data primer merupakan

“Primary data refers to information that the researcher gathers first hand through instruments such as surveys, focus groups or observation.”

Berdasarkan pengertian tersebut, data primer merupakan data atau informasi yang didapat langsung melalui survei, grup, observasi dari sumber pertama.

Adapun metode pengumpulan data primer dalam studi kelayakan bisnis *Food Stall A-Burrito*, yaitu:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2016: 142), kuesioner merupakan

“A pre-formulated written set of questions to which respondents record their answers, usually within rather closely defined alternatives.”

Berdasarkan pengertian tersebut, kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan yang diberikan kepada responden yang dilakukan secara tertulis guna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Kuesioner dibuat bersifat deskriptif untuk mengetahui minat pasar. Kuesioner terdiri dari dua bagian, yakni STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*), dan 8P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging, Programming, dan Partnership*).

Untuk segmentasi pasar *food stall A-Burrito* menargetkan masyarakat di Kota Pekanbaru. Target pasar *food stall* ini adalah menargetkan masyarakat yang berusia 16-25 tahun yang dimana masyarakat diusia tersebut lebih berani dan memiliki ketertarikan terhadap sesuatu yang baru dan berbeda. Dalam *positioning* produk, akan menggunakan “Burrito Rasa Lokal”, yang dimana maksudnya adalah masakan khas Meksiko yang digabungkan dengan masakan khas Indonesia yang dimana akan menciptakan rasa yang baru.

Untuk *product* peneliti mengeluarkan Burrito yang berisikan masakan Indonesia didalamnya, dengan memadukan cita rasa masakan Indonesia dan masakan khas Meksiko. Untuk penentuan *price, range* harga makanan Burrito

dari Rp. 35.000-Rp. 75.000, sedangkan untuk harga minuman yang dijual di *food stall* tersebut yaitu Rp. 10.000-Rp.25.000. Untuk promosi yang dilakukan adalah dengan mempromosikan *food stall* A-Burrito melalui media sosial seperti instagram, TikTok, dan lainnya, mengundang *food blogger* atau *influencer* untuk mempromosikan dan memberikan komentar (*review*) *food stall* A-Burrito, dan memberikan diskon 10% pada saat *soft-opening* dalam 1 minggu, serta staff (karyawan) menggunakan metode *personal selling* untuk memberikan rekomendasi kepada pembeli. Untuk *place*, *food stall* A-Burrito ini akan berlokasi di Mall SKA, Pekanbaru. Untuk *people*, staff (karyawan) yang bekerja harus mengetahui dimensi kualitas yang terdiri dari *tangibles*, *insurance*, *reliability*, *emphaty*, dan *responsiveness*. *Packaging* Burrito akan memiliki 3 varian, yaitu pembelian 2 Burrito akan dijadikan dalam 1 tempat, pembelian Burrito dengan *packaging food paper*, dan *packaging paper box*. Dalam *programming* akan memberikan promo atau diskon 10% pada saat ulang tahun *food stall* A-Burrito dan 17% setiap Kemerdekaan Indonesia. *Food stall* A-Burrito akan bekerja sama dengan OVO, ShopeePay, dan Bank yang akan mempermudah para pembeli agar pada saat tidak memiliki uang tunai, dapat membayar menggunakan kartu ATM, OVO, maupun ShopeePay. A-Burrito juga akan bekerja sama dengan media *online* yaitu Zomato yang dimana dapat mempermudah calon pembeli untuk mencari tempat makan, *snack*, dan sebagainya. *Food stall* A-Burrito juga akan bekerja sama dengan jasa *online delivery*, seperti Gojek dan Grab.

Dalam kuesioner, STP dan 8P sangat diperlukan karena peneliti harus mengetahui minat pasar seperti apa dan mengetahui apakah *market* kita dapat diterima oleh pasar.

1) Informasi yang ingin didapat dari responden

Informasi yang ingin didapat dari responden adalah mengetahui minat pasar terhadap Burrito yang akan dijual di Mall SKA Provinsi Riau. Informasi yang akurat tentang pendapat masyarakat setempat mengenai rasa, lokasi, promosi, harga, *packaging*, pekerja, dan program seperti apa minat penduduk setempat.

2) Target Populasi dan Metode *Sampling*

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan dari populasi. (Morissan, 2017: 107). Berdasarkan pengertian tersebut, sampel merupakan sebagian dari populasi yang dijadikan sebagai representasi seluruh populasi. Menurut Morissan (2017: 112), metode penarikan sampel dibagi menjadi dua, yaitu: teknik sampel probabilitas dan teknik sampel non-probabilitas.

a) Teknik Sampel Probabilitas

Teknik sampel probabilitas digunakan pada saat elemen dalam suatu populasi yang setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Sekaran dan Bougie, 2016: 242). Terdapat beberapa metode dalam penentuan sampel, yaitu:

1. *Simple Random Sampling*

Dalam penentuan sampel menggunakan metode *simple random sampling* digunakan pada saat mengetahui jumlah elemen dalam suatu

populasi dan setiap elemennya memiliki kesempatan yang sama yaitu untuk dipilih sebagai sampel. (Sekaran dan Bougie, 2016: 242).

2. *Systematic Sampling*

Dalam penentuan sampel menggunakan metode *systematic sampling* dilakukan dengan cara memilih elemen dari suatu populasi yang dilakukan secara acak antara 1 dan n, kemudian memilih elemen berikutnya dengan jarak yang sama (Sekaran dan Bougie, 2016: 243).

3. *Stratified Random Sampling*

Dalam penentuan sampel menggunakan metode *stratified random sampling* mencakup proses statifikasi yang dimana melakukan pemilihan secara acak dari setiap strata (Sekaran dan Bougie, 2016: 244).

4. *Cluster Sampling*

Dalam penentuan sampel menggunakan metode *cluster sampling* dilakukan dengan cara membagi target populasi menjadi kelompok dan setiap kelompok memiliki karakteristik yang homogen (Sekaran dan Bougie, 2016: 246).

b) Teknik Sampel Non-probabilitas

Teknik sampel non-probabilitas digunakan pada saat jumlah elemen dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga setiap anggota dari populasi tersebut tidak memiliki kesempatan yang sama yang akan dipilih untuk menjadi sampel (Sekaran dan Bougie, 2016: 247).

Terdapat beberapa metode untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. *Convenience Sampling*

Dalam metode *convenience sampling* mencakup pemilihan sampel secara bebas dari suatu populasi dengan mendapatkan data yang diinginkan dengan cepat dan mudah (Sekaran dan Bougie, 2016: 247).

2. *Purposive Sampling*

Dalam metode *purposive sampling* membatasi sampelnya untuk orang-orang tertentu dengan data atau informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari penelitian (Sekaran dan Bougie, 2016: 248).

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam Studi Kelayakan Bisnis *Food Stall A-Burrito* adalah teknik sampel non-probabilitas dengan metode *convenience sampling*. Waktu penyebaran kuesioner ini dari bulan September hingga bulan Oktober dan lokasi penyebarannya yaitu populasi yang berada di Provinsi Riau.

Menurut Ho (2014: 336), pengukuran jumlah kuesioner yang valid yaitu jika setiap pertanyaan mengenai *marketing mix* dikalikan dengan 5.

Berdasarkan pengertian tersebut, ukuran sampel *Food Stall A-Burrito* yang harus disebar adalah 5 dikalikan dengan 42 pertanyaan *marketing mix* sehingga totalnya adalah 210 kuesioner.

3) Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Menurut Herlina (2019: 58), uji validitas adalah pengukuran korelasi skor pertanyaan yang diuji dan total variabelnya.

Berdasarkan pernyataan tersebut, uji validitas merupakan pengukuran antara hasil skor dari pertanyaan yang diberikan dengan skor total variabelnya.

Menurut Herlina (2019: 70), uji reabilitas digunakan berhubungan mengenai ketetapan hasil pengukuran. Uji reabilitas sangat penting agar kuesioner yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data.

Berdasarkan pernyataan tersebut, uji reabilitas ini digunakan sebagai alat untuk mengumpul data yang dapat dipercaya dari hasil kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016: 37), data sekunder merupakan

“Data that already exist and do not have to be collected by the researcher.”

Berdasarkan pengertian tersebut, data sekunder merupakan data yang telah tersedia sehingga hanya perlu dikumpulkan maupun dicari oleh peneliti ataupun penulis.

1) Jenis dan Sumber Data

Sumber data dibagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder yang dimana data primer dikumpulkan dan didapat dari kuesioner, sedangkan data sekunder dikumpulkan dan didapat dari pemerintah, perpustakaan, dan lain sebagainya.

Terdapat dua jenis kuesioner menurut Sekaran dan Bougie (2016: 143), yaitu:

a) *Personally Administered Questionnaire*

Personally Administered Questionnaire merupakan kuesioner yang diberikan atau disebarkan oleh peneliti secara langsung kepada responden dan diperoleh dalam jangka waktu yang relatif pendek.

b) *Mail and Electronic Questionnaire*

Mail and Electronic Questionnaire merupakan kuesioner yang disebarakan oleh peneliti yang respondennya mencakup wilayah geografis yang luas dan disebarakan melalui media, seperti *e-mail*, web, dan lain-lain.

Jenis kuesioner yang digunakan dalam Studi Kelayakan Bisnis ini adalah *mail and electronic questionnaire* yang disebarakan melalui web.

2) Aplikasi Data Sekunder

Adapun aplikasi data sekunder dapat diperoleh dari jurnal ilmiah, data statistik pemerintah, majalah, dan lain-lain. Data sekunder yang digunakan dalam Studi Kelayakan Bisnis ini adalah *website* resmi, data statistik pemerintah seperti Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal, serta sumber pendukung lainnya.

3) Cara Pengumpulan Data Primer dan Sekunder

Dalam penelitian, pengumpulan data merupakan salah satu hal yang penting untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Dalam pengumpulan data primer didapat dari angket yang instrumennya merupakan kuesioner, sedangkan data sekunder didapat dari data statistik pemerintah, jurnal, dan sumber pendukung lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 pasal 1, Pariwisata adalah

“berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.”

Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata merupakan segala macam kegiatan wisata yang fasilitas dan layanannya disediakan oleh masyarakat setempat, pengusaha kegiatan wisata tersebut, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

2. Usaha Pariwisata

Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 pasal 1, usaha pariwisata adalah

“usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.”

Berdasarkan pengertian tersebut, usaha pariwisata merupakan suatu jenis usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata dengan menyediakan barang maupun jasa.

3. Kuliner

Culinary berasal dari Bahasa Inggris yang artinya kuliner. Secara harafiah, kuliner merupakan suatu kegiatan yang merujuk pada suatu yang berhubungan dengan profesi kuliner atau memasak. (Untari, 2019: 70).

4. Mall (Pusat Perbelanjaan)

Menurut Sternlieb & Hughes (2017), mall atau pusat perbelanjaan adalah

“a group of architecturally unified commercial establishments built on a site that is planned, developed, owned, and managed as an operating unit related in its location, size, and types of shops to the trade area that the unit serves”.

Berdasarkan pengertian tersebut, pusat perbelanjaan adalah sekelompok bangunan yang dibangun dan dikembangkan, dimiliki dan juga dikelola secara komersial yang harganya disesuaikan berdasarkan lokasi, ukuran, dan jenis dari unit tersebut.

5. Food Stall

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *food stall* merupakan tempat yang menjual makanan maupun minuman.

Menurut Christy & Honggowidjaja (2016), *food stall* merupakan

“warung-warung yang berada di pinggir jalan.”

Berdasarkan pengertian tersebut, *food stall* merupakan suatu tempat yang menjual makanan dan minuman yang berlokasi di pinggir jalan.

6. Burrito

Menurut Partaker dan Houghton (2019), Burrito merupakan

“a blank canvas upon which you can paint anything you like. Or, more literally, it’s a tortilla into which you can put whatever food makes you feel good and then wrap it up in a parcel to eat.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, burrito merupakan makanan yang disajikan dengan cara membungkus dan isiannya dapat berupa apa saja.

