

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Sebagai salah satu kebutuhan primer manusia untuk bertahan hidup, makan dan minum tidak bisa dilepas oleh siapa pun dalam rangka untuk menjalani aktivitas sehari-hari. Dengan pesatnya peningkatan pertumbuhan masyarakat di Indonesia, serta banyaknya kesibukan yang ada seiring dengan berkembangnya era globalisasi bagi masyarakat, kebutuhan manusia akan makan dan minum juga dituntut untuk berkembang agar dapat memenuhi permintaan yang ada.

**TABEL 1**  
Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun 2018 – 2019 (Persen) Menurut Kecamatan di Kota Tangerang Selatan

<b>Kecamatan</b>	<b>Laju Pertumbuhan Penduduk</b>
Setu	3,02
Serpong	3,25
Pamulang	1,16
Ciputat	1,43
Ciputat Timur	-0,32
Pondok Aren	0,54
Serpong Utara	2,18
<b>Kota Tangerang Selatan</b>	<b>3,04</b>

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan Dalam Angka 2020 (2020)

Berdasarkan data pada tabel 1, dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan penduduk dari tahun 2018 ke tahun 2019 di Kota Tangerang Selatan mengalami peningkatan sebanyak 3,04%, dengan Kecamatan Serpong yang menduduki peringkat pertama dengan laju pertumbuhan penduduk tahun 2018 ke tahun 2019 paling tinggi di Kota Tangerang Selatan yaitu sebanyak

3,25%. Dengan begitu maka ada peluang baik untuk melakukan bisnis dalam penyediaan makanan dan minuman di Kecamatan Serpong.

Menurut (Cook et al., 2014), lokasi dan target pasar akan menentukan keberhasilan suatu usaha secara finansial. Hal ini menyangkut dengan wisatawan yang datang ke suatu lokasi yang dipilih serta orang-orang lokal yang ada di sekitar lokasi yang dipilih untuk membuka suatu bisnis. Selain itu, penentuan lokasi akan menentukan banyak atau tidaknya jumlah konsumen agar dapat mengunjungi bisnis tersebut.

**TABEL 2**  
Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan (Unit) di Provinsi Banten, 2018 – 2019

Kabupaten/Kota	Mobil Penumpang		Sepeda Motor	
	2018	2019	2018	2019
<b>Kabupaten</b>				
Pandeglang	15.909	18.031	195.102	213.342
Lebak	14.547	16.766	234.962	259.097
Tangerang	168.626	192.302	1.216.558	1.339.870
Serang	31.917	36.381	380.143	416.249
<b>Kota</b>				
Tangerang	206.115	233.458	1.026.993	1.114.765
Cilegon	32.166	35.795	172.008	184.410
Serang	36.536	40.687	186.521	202.846
Tangerang Selatan	226.548	257.258	698.867	764.939
<b>Banten</b>	<b>732.364</b>	<b>830.678</b>	<b>4.111.154</b>	<b>4.495.518</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Berdasarkan pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa jumlah kendaraan bermotor di Provinsi Banten mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun 2018 hingga tahun 2019, khususnya pada kota Tangerang Selatan. Jumlah kendaraan bermotor jenis mobil penumpang di Tangerang Selatan mengalami kenaikan sebesar 13,56% dari tahun 2018 ke tahun 2019, sedangkan jumlah kendaraan bermotor jenis sepeda motor di Tangerang Selatan mengalami kenaikan sebesar 9,45%. Dengan begitu maka ada

peluang baik untuk menjalani usaha di bidang penyediaan makanan dan minuman yang melibatkan transportasi berupa kendaraan bermotor di Tangerang Selatan.

Wabah pandemi COVID-19 yang sedang terjadi sekarang ini telah mengakibatkan banyak negara di seluruh dunia memberlakukan pembatasan perjalanan dan pengontrolan pergerakan dari masyarakatnya, termasuk di Indonesia. Meskipun ada batasan yang diberlakukan seiring dengan pandemi COVID-19, pelayanan penyediaan makan dan minum harus melakukan penyesuaian dan inovasi yang tetap mematuhi aturan dan protokol kesehatan yang ada sehingga bisnis yang dijalankan bisa dilaksanakan dengan lancar.

**TABEL 3**  
*Top Brand Index Restoran Fast Food Di Indonesia Tahun 2020*

<b>Nama Brand</b>	<b>Persentase</b>
KFC	26,4%
McDonald's	22,8%
Hoka-Hoka Bento	6,5%
A&W	5,9%
Richeese Factory	4,9%

Sumber: Top Brand Award (2020)

Tabel di atas merupakan lima *brand* terkenal dari restoran *fast food* di Indonesia pada tahun 2020 dengan *brand* KFC dan McDonald's yang berada di peringkat pertama dan peringkat kedua sebagai *top brand* dari kategori restoran *fast food* di Indonesia dengan *index* atau persentase yang dicapai masing-masing sebesar 26,4% dan 22,8%. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat akan restoran cepat saji yang juga menyediakan pelayanan *drive-thru* cukup tinggi di Indonesia.

Adanya perkembangan era globalisasi sekarang di mana beragam jenis makanan dan minuman cepat saji dari mana pun sudah mudah untuk dijumpai di Indonesia. Hidangan makanan dan minuman khas Tiongkok atau *Chinese food* juga merupakan salah satu hidangan yang paling sering dijumpai di Indonesia. Terkait dengan kebutuhan manusia akan makan dan minum, serta berdasarkan data dan pemahaman yang didapatkan, terciptalah sebuah ide untuk melakukan bisnis penyediaan makanan dan minuman berupa restoran cepat saji di Kota Tangerang Selatan.

*Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* adalah sebuah bisnis yang akan menyajikan jenis makanan dan minuman cepat saji khas Tiongkok yang menawarkan pelayanan *dine in* terbatas. Selain itu, *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* juga menawarkan pelayanan minim sentuhan yaitu *drive-thru* dan *takeaway* demi mendukung pencegahan dari penyebaran virus COVID-19. *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* juga akan mengoperasikan restoran dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan).

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Tujuan dari dilakukannya studi kelayakan bisnis ini adalah untuk menganalisis dan meneliti apakah perencanaan bisnis *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* layak atau tidak layak untuk dijalankan dalam industri penyediaan makanan dan minuman. Tujuan utama (*major objectives*) dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengkaji kelayakan *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* dalam aspek-aspek seperti berikut:

#### 1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisis dan mengkaji dari permintaan dan penawaran pasar, segmentasi, target, dan posisi bisnis *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* dalam pasar, baur pemasaran, dan analisis *SWOT* yang terdiri dari kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pasar.

#### 2. Aspek Operasional

Menganalisis dan mengkaji jenis aktivitas dan fasilitas, hubungan antara aktivitas dan fasilitas, penghitungan kebutuhan ruang fasilitas, pemilihan lokasi, dan teknologi yang digunakan.

#### 3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis dan mengkaji pengorganisasian yang ditetapkan, struktur organisasi yang dibuat, serta melakukan pengembangan sumber daya manusia, membuat seleksi, orientasi, dan pelatihan. Selain itu, menganalisis aspek yuridis pada *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* seperti bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokasi, dan peraturan perundangan.

#### 4. Aspek Keuangan

Menganalisis dan mengkaji kebutuhan dan sumber dana, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi neraca, proyeksi rugi laba, proyeksi arus kas, titik impas, rasio laporan keuangan, dan manajemen risiko.

Sub tujuan (*minor objectives*) dari studi kelayakan bisnis ini untuk menganalisis hal-hal makro dan mikro yang belum disebutkan dalam tujuan utama adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan konsep bisnis penyediaan makanan dan minuman cepat saji dengan menyajikan makanan dan minuman khas Tiongkok.
2. Memperoleh laba dari pengoperasionalan bisnis *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* serta penanaman modal yang didapatkan.
3. Menghindari risiko kerugian di masa mendatang serta menemukan solusi bila terjadi ketidakpastian dalam pasar.
4. Mempermudah pengawasan dan pengendalian bisnis *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* selama usaha telah berjalan di masa mendatang.

### **C. Metodologi**

Dalam memastikan lancarnya pelaksanaan studi kelayakan bisnis ini, akan dibutuhkan beberapa data yang valid dan dapat diandalkan untuk dianalisis dan mendapatkan hasil yang akurat. Data yang didapatkan akan terbagi menjadi data primer dan sekunder dengan menggunakan metode ilmiah yang digunakan sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan.

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

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh seorang yang ingin melakukan penelitian dengan tujuan tertentu dari penelitiannya. Data primer dapat diperoleh dengan beberapa metode, seperti:

##### **a. Metode Survei dengan Kuesioner**

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), pembagian kuesioner serta pengumpulan jawaban dari kuesioner demi mendapatkan data kuantitatif dalam skala yang besar bisa disebarkan secara langsung atau melalui media lain seperti media elektronik dan surat. Untuk studi

kelayakan bisnis ini penyebaran kuesioner akan dilaksanakan secara pribadi dan melalui media elektronik atau secara *online*.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), sampel merupakan bagian dari sebuah populasi yang akan dipilih untuk penelitian. Pemilihan sampel merupakan pemilihan individu-individu atau objek yang akan dijadikan sebagai perwakilan dari keseluruhan populasi yang ada.

#### 1) Populasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), populasi mengacu kepada keseluruhan kelompok yang terdiri dari orang-orang, kejadian, atau hal-hal yang menjadi minat peneliti agar dapat diteliti. Populasi yang akan dipilih dalam studi kelayakan bisnis ini adalah populasi masyarakat di Kota Tangerang Selatan dan juga sekitarnya.

#### 2) Kerangka Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), kerangka sampel merupakan representasi dari semua elemen yang ada dalam sebuah populasi dari sampel yang telah didapatkan. Untuk studi kelayakan bisnis ini, kerangka sampel yang akan dipilih sebagai responden adalah masyarakat berdomisili di Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya dengan usia 17 – 41 tahun serta jenis pendapatan atau penghasilan perbulan yang beragam.

#### 3) Desain *Sampling*

Terdapat dua tipe utama dalam desain *sampling*, yaitu *probability* dan *nonprobability sampling* (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam *probability sampling*, elemen-elemen yang ada dalam populasi

mempunyai kemungkinan yang seimbang atau sama untuk dipilih sebagai subjek sampel dalam studi, sedangkan dalam *nonprobability sampling*, elemen-elemen yang ada dalam populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sudah diketahui sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek sampel. Dalam studi kelayakan bisnis ini akan digunakan *nonprobability sampling* dengan melanjutkan *convenience sampling*, di mana menurut (Sekaran & Bougie, 2016), *convenience sampling* mengacu pada pengumpulan informasi dari populasi yang dengan senang hati bersedia untuk memberikan respon.

#### 4) Ukuran Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), terkuip dari Roscoe, 1975, terdapat beberapa peraturan yang dikenal sebagai *rules of thumb* di mana peraturan-peraturan tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel. *Rules of thumb* yang dimaksud terdiri dari:

- a) Ukuran sampel yang sesuai untuk sebagian besar penelitian adalah lebih besar dari 30 dan kurang dari 500.
- b) Apabila sampel akan dibagi menjadi subsampel (pria/wanita, junior/senior, dll.) maka setiap kategori harus mencapai minimal 30 ukuran sampel.
- c) Dalam penelitian yang beragam (termasuk analisis regresi berganda) ukuran sampel harus beberapa kali lebih banyak dari jumlah variabel dalam studi.



d) Untuk penelitian eksperimental yang sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (pasangan yang cocok, dll.), ukuran sampel sebanyak 10 atau 20 akan memungkinkan penelitian berhasil dilaksanakan.

Berdasarkan *rules of thumb* di atas, maka ukuran sampel yang sesuai dengan studi kelayakan bisnis ini adalah minimal sebanyak 175 responden dengan jumlah pertanyaan sebanyak 35 pertanyaan setiap kuesioner.

#### 5) Proses *Sampling*

Pembagian kuesioner akan disebar pada bulan Oktober tahun 2020 kepada beragam responden yang berdomisili di sekitar lokasi bisnis *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* yaitu Kota Tangerang Selatan dan sekitarnya dan disebar melalui media sosial untuk mendukung tercapainya target ukuran sampel yang dibutuhkan.

#### 6) Uji Validitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), uji validitas merupakan uji yang dilaksanakan untuk mengukur seberapa baik instrumen yang dikembangkan sesuai konsep yang diukur. Uji validitas dikelompokkan menjadi tiga bagian utama, yaitu:

##### a) *Content Validity*

*Content validity* memastikan bahwa ukuran yang ada mencakup serangkaian hal yang memadai dan representatif yang memanfaatkan konsep tersebut.

b) *Criterion-related Validity*

*Criterion-related validity* digunakan berdasarkan pengukuran dalam membedakan individu dalam kriteria yang diharapkan.

c) *Construct Validity*

*Construct Validity* digunakan untuk menguji seberapa baik hasil yang didapatkan.

7) Reliabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), uji reliabilitas memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan selalu konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran uji reliabilitas untuk studi ini dilakukan dengan *Cronbach's alpha* melalui sistem *Statistical Product and Service Solutions* atau SPSS. Tingkat reliabilitas dianggap rendah apabila nilai dari *Cronbach's alpha* adalah 0,60. Apabila nilai dari *Cronbach's alpha* adalah 0,70 maka tingkat reliabilitasnya baik atau dapat diterima dan sangat baik apabila nilai *Cronbach's alpha* mencapai 0,80.

b. Metode Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), observasi melibatkan pengamatan yang terencana, analisis, dan interpretasi dari perilaku, tindakan, atau suatu kejadian. Observasi untuk studi kelayakan bisnis ini akan dilakukan secara langsung dengan pengamatan langsung di lapangan seperti di restoran cepat saji, restoran *drive-thru*, serta melakukan analisis terhadap apa yang dilakukan oleh pegawai,

pelanggan, dan orang-orang yang terlibat di dalamnya kemudian diinterpretasikan menurut kejadian yang terjadi.

## 2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), data sekunder merupakan kumpulan informasi yang sudah tersedia melalui media-media seperti data statistik, internet, publikasi pemerintah, situs jejaring perusahaan, dan lain sebagainya. Dengan begitu, maka untuk studi kelayakan bisnis ini data sekunder yang akan dikumpulkan antara lain:

- a. Data dari buku fisik dan jurnal dari perpustakaan maupun buku elektronik dan jurnal dari internet.
- b. Data resmi statistik yang didapat dari Badan Pusat Statistik yang bisa diakses secara *online*.
- c. Data-data dari jurnal penelitian yang dipublikasi di beberapa situs jurnal internet.
- d. Data-data dari sumber situs jaringan yang terpercaya untuk penelitian.

## **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

### 1. Definisi Restoran

Menurut (Walker, 2017), restoran mempunyai peran yang signifikan dalam gaya hidup manusia. Semua manusia perlu makan dan minum, dan juga mungkin dengan kerabat atau teman untuk memenuhi suasana lingkungan yang lebih menyenangkan dalam menikmati pengalaman makan dan minum di luar rumah.

## 2. Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker, 2017), restoran dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori, yaitu:

### a. *Chain or Independent Restaurants*

*Chain restaurants* adalah restoran-restoran yang dimiliki oleh satu orang atau sebuah perusahaan, sedangkan *independent restaurants* adalah sebuah restoran yang berdiri secara independen dan tidak termasuk dalam jaringan atau waralaba seperti *chain restaurants*.

### b. *Franchised Restaurants*

*Franchised restaurants* adalah sebuah restoran yang sudah memiliki merek usaha di mana pemilik merek restoran tersebut memberikan izin kepada individu yang ingin menjalankan restoran di bawah nama merek usahanya dan menjalankan restoran tersebut sesuai dengan prosedur, produk, dan tata cara pelayanan dalam restoran.

### c. *Sandwich Shops*

*Sandwich shops* merupakan sebuah toko yang menjual makanan dan minuman yang cenderung lebih sederhana untuk didirikan dengan menu yang terdiri dari berbagai jenis roti lapis hangat dan dingin serta beberapa pilihan minuman

### d. *Quick-Service Restaurants (Fast Food)*

*Quick-service restaurants* adalah restoran yang menyediakan makanan dan minuman dalam jangka waktu yang singkat untuk pelanggannya di mana pelanggan membayar makanan terlebih dahulu baru kemudian bisa mendapatkan makanannya.

e. *Pop-up Restaurants*

*Pop-up restaurants* adalah tipe restoran yang muncul hanya dalam beberapa hari saja dan biasanya muncul dalam bentuk festival, dengan sistem pelayanan di mana pelanggan harus membeli tiket depan muka terlebih dulu untuk menukarnya dengan makanan.

f. *Food Trucks*

*Food trucks* adalah inovasi restoran berbentuk seperti truk besar yang bisa dibawa berkeliling kemana pun tanpa harus membeli tempat untuk menjalankan restorannya.

g. *Family Restaurants*

*Family restaurants* adalah restoran yang menyediakan menu sederhana dengan pelayanan yang didesain untuk menarik target pelanggan keluarga dan kebanyakan dari *family restaurants* tidak menyajikan minuman beralkohol.

h. *Casual Restaurants*

*Casual restaurants* adalah tipe restoran non-formal yang mengikuti tren sosial yang sedang berkembang di sekitarnya dan memiliki nuansa restoran yang lebih tenang dan santai.

i. *Fine-Dining Restaurants*

*Fine-dining restaurants* merupakan restoran yang memiliki nuansa yang mewah dengan dekorasi restoran yang indah dan menyajikan makanan oleh juru masak yang sangat handal serta pelayanan yang sangat baik.

j. *Hotel Restaurants*

*Hotel restaurants* adalah restoran yang berada dalam sebuah hotel yang menyajikan makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan tamu yang menginap di hotel selama 24 jam.

k. *Steakhouse Restaurants*

*Steakhouse restaurants* adalah restoran yang menyajikan menu terbatas dengan spesialisasi hidangan makanan utamanya yaitu *steak*.

l. *Seafood Restaurants*

*Seafood restaurants* adalah restoran yang menyajikan ragam menu hidangan laut yang masih segar.

m. *Ethnic Restaurants*

*Ethnic restaurants* adalah restoran yang menyajikan menu hidangan yang disesuaikan dengan etnis dari suatu wilayah atau negara tertentu.

n. *Theme Restaurants*

*Theme restaurants* adalah restoran yang menyajikan konsep unik dengan tema dan konsep tertentu seperti fantasi, *dreamy*, olahraga, kartun, dan lain sebagainya.

o. *Coffee Shops*

*Coffee shops* atau *coffeeshouses* merupakan konsep restoran yang awalnya ditujukan untuk penyediaan minuman seperti kopi yang berawal di model bar Italia yang kemudian berkembang dan menyediakan aneka ragam roti dan makanan penutup.

p. *Chef-Owned Restaurants*

*Chef-owned restaurants* adalah jenis restoran yang dimiliki, dirancang, dan dikelola oleh seorang juru masak atau lebih di mana pilihan menu makanan dan minumannya dibuat berdasarkan pengalaman yang cukup lama di dunia kuliner.

q. *Centralized Home Delivery Restaurants*

*Centralized home delivery restaurants* merupakan restoran yang menyajikan makanan dan melakukan pelayanan dengan mengantarkan makanan ke rumah pelanggan dengan sistem *delivery*.

### 3. Deskripsi Pelayanan

Menurut (Morrison, 2010), sebuah tempat penyediaan makanan dan minuman merupakan tempat yang menyajikan bukan hanya makanan dan minuman melainkan menawarkan sebuah pelayanan yang beragam agar dapat membuat konsumen menikmati pengalaman mereka dalam menerima layanan penyediaan makanan dan minuman tersebut.

### 4. Klasifikasi Pelayanan

Menurut (Barrows et al., 2012), jenis pelayanan dalam menyajikan makanan dan minuman dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, antara lain:

a. *Table Service*

Jenis pelayanan ini banyak ditemukan di restoran, *café*, dan *banquet*, di mana tamu akan dilayani di meja mereka. *Table service* terdiri dari:

1) *Silver/English Service*

Dalam pelayanan ini, pelayan menghadirkan makanan langsung ke atas piring tamu.

2) *Family Service*

Dalam pelayanan ini, hidangan utama disajikan dengan sayuran yang sudah diporsikan di atas meja tamu.

3) *Plate/American Service*

Dalam pelayanan ini, makanan telah disiapkan di piring dan langsung diantarkan ke meja oleh pelayan.

4) *Butler/French Service*

Dalam pelayanan ini, pelayan akan menyajikan makanan kepada tamu satu per satu dan tamu dapat memilih sendiri makanan yang mereka inginkan.

5) *Guéridon Service*

Dalam pelayanan ini, makanan disiapkan pada *side table* atau *trolley* sebelum disajikan ke piring tamu dan makanan biasanya akan diporsikan oleh pelayan dengan metode *carving*, *jointing* dan *fish filleting*, atau *flambé*.

6) *Bar Counter*

Dalam pelayanan ini, tamu akan dipersilahkan untuk duduk dan menikmati makanan atau minuman di sebuah *counter*.



b. *Assisted Service*

Pada jenis pelayanan ini, sebagian hidangan akan langsung disajikan di meja tamu sedangkan sebagian lainnya akan dihidangkan pada meja *display* dan tamu harus mengambil makanan sendiri di meja tersebut.

c. *Self Service*

Jenis pelayanan ini mengharuskan tamu untuk melayani dirinya sendiri dari *counter* yang tersedia. Layanan ini banyak ditemukan di kafetaria atau kantin. *Self-Service* terdiri dari:

1) *Counter*

Dalam pelayanan ini, tamu mengantre pada *counter* yang tersedia dan memilih hidangan yang diinginkan dan meletakkan hidangan di atas nampan.

2) *Free-flow*

Dalam pelayanan ini, tamu tidak perlu mengantre dalam suatu barisan, melainkan tamu dapat bergerak bebas menuju *service points* yang diinginkan.

d. *Single Point Service*

Dalam jenis pelayanan ini, tamu melakukan pemesanan, pembayaran, dan mengambil makanan dan minuman secara cepat pada *counter* atau melalui mesin penjual otomatis atau *vending machine*. *Single point service* terdiri dari:

1) *Takeaway*

Dalam pelayanan ini, tamu melakukan pemesanan dan pengambilan makanan pada *counter* kemudian makanan akan dikonsumsi oleh tamu di tempat lain (*off the premises*).

2) *Drive-Thru*

Dalam pelayanan ini, tamu melakukan pemesanan, pembayaran, serta mengambil makanan dan minuman selagi mengendarai kendaraan.

3) *Fast Food*

Tipe pelayanan ini di jaman sekarang dideskripsikan sebagai tempat makan yang menyajikan menu makanan dan minuman yang terbatas dengan tersedianya tempat makan *dine in* atau *takeaway*.

4) *Vending*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman diberikan melalui mesin penjual otomatis atau *vending machine*.

5) *Kiosks*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman disajikan di lokasi tertentu.

6) *Food Court*

Dalam pelayanan ini, tamu dapat memesan dari beberapa *counter* yang menyajikan makanan yang berbeda dan mengonsumsi makanan di tempat yang telah disediakan atau dapat di *takeaway*.

e. *Specialized Service (In Situ Service)*

Jenis pelayanan ini merupakan pelayanan di mana makanan dan minuman disajikan secara langsung ke tempat di mana tamu sedang berada saat itu. *Specialized service* terdiri dari:

1) *Tray*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman disajikan ke tempat di mana tamu berada dengan menggunakan nampan atau *tray*.

2) *Trolley*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman disajikan ke tempat di mana tamu berada dengan menggunakan kereta dorong kecil atau *trolley*.

3) *Home Delivery*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman akan diantar ke rumah tamu atau tempat kerja tamu.

4) *Lounge*

Pelayanan ini merupakan tipe penyajian makanan dan minuman di area *lounge* seperti di *hotel lounge*.

5) *Room*

Dalam pelayanan ini, makanan dan minuman akan diantar ke kamar tamu atau ruang pertemuan di sebuah hotel.

6) *Drive-In*

Dalam pelayanan ini, tamu akan memarkirkan kendaraan mereka dan akan memesan, membayar, dan menikmati makanan dan minuman dari dalam kendaraan mereka.

## 5. Klasifikasi Menu

Menurut (Walker, 2017), menu dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

### a. *À la Carte Menus*

Kebanyakan dari restoran di dunia menggunakan jenis menu *À la carte* yang menyajikan pilihan makanan dan minuman yang sudah mempunyai harganya untuk masing-masing pilihan.

### b. *Table d'hôte Menus*

Menu *table d'hôte* menyajikan pilihan dari beberapa hidangan makanan komplit dan lengkap seperti makanan pembuka, sup, *salad*, makanan utama, dan makanan penutup, dengan harga yang sudah ditetapkan untuk setiap pilihan.

### c. *Du Jour Menus*

Menu jenis ini menyajikan daftar dari hidangan makanan yang hanya disediakan pada hari tertentu saja, dengan nama *Du jour* sendiri yang berarti “hari ini”.

### d. *Cyclical Menus*

Menu jenis ini menyajikan daftar hidangan makanan maupun minuman yang diulang dalam siklus tertentu, biasanya dalam beberapa hari atau minggu sekali.

### e. *The California Menus*

Sesuai dengan namanya, *the California menu* merupakan menu yang banyak digunakan di daerah California, Amerika Serikat, di mana pelanggan bisa memesan hidangan makanan pagi, siang, dan malam kapanpun pelanggan mau.

f. *Tourist Menu*

Menu jenis ini menyajikan jenis hidangan makanan untuk tamu yang bepergian ke tempat asing di mana makanannya berbeda dengan makanan di tempat asal mereka.

g. *Lunch and Dinner Menu*

Menu jenis ini dibuat berbeda antara menu makan siang dengan menu makan malam dikarenakan kecenderungan pelanggan jaman sekarang yang lebih menggunakan waktunya lebih lama dan santai pada makan malam dibandingkan pada saat makan siang.

h. *Degustation (Chef's Tasting) Menu*

Maksud dari *degustation menu* sendiri ialah untuk “mencicipi dengan nikmat” atau “mencicipi berbagai makanan dengan hati-hati dan menghargai” dan mengajak untuk fokus pada sistem pengecap, indra tubuh, seni kuliner, dan teman makan yang baik.

i. *Sustainable Menu*

Menu jenis ini merupakan menu yang menyajikan hidangan makanan dan minuman dengan menggunakan bahan makanan yang berkelanjutan, seperti hasil tani yang dibudidayakan secara berkelanjutan, termasuk juga bahan-bahan lokal serta sayur-sayuran dan buah-buahan lokal.

j. *Kids Menu*

Sesuai dengan namanya, *kids menu* merupakan menu yang menyajikan hidangan makanan dan minuman yang dikhususkan untuk anak-anak.

Menurut (Egan, 2019), terdapat tiga jenis menu lain dalam sebuah restoran, antara lain:

a. *Static Menus*

*Static menu* merupakan jenis menu yang selalu menyajikan hidangan yang sama setiap harinya dan cenderung tidak diubah-ubah. Jenis menu ini adalah jenis menu yang paling sering digunakan di restoran *quick-service* atau *fast food* di mana menu ini biasanya dipresentasikan dalam bentuk *menu board* atau yang dilaminasi dengan pilihan makanan dan minuman yang terbatas seperti pada McDonalds atau Five Guys.

b. *Cycle Menus*

Menu jenis ini sering digunakan pada restoran non komersil yang melayani tipe pelanggan yang sama seperti *corporate dining* (industri dan bisnis), rumah sakit, sekolah, dan lain sebagainya.

c. *Daily (or Single-Use) Menus*

Merupakan jenis menu yang diganti setiap hari atau diganti setiap ada acara spesial yang hanya digunakan sekali. *Daily menus* sering digunakan pada restoran *fine dining* atau restoran yang hanya menyajikan makanan musiman atau *seasonal*.

6. Deskripsi *Chinese Restaurant*

Menurut (Walker, 2017), *Chinese Restaurant* atau restoran Tiongkok merupakan restoran yang biasanya menyajikan beragam makanan dengan menu bermacam-macam dan harga yang terjangkau dikarenakan masyarakat Tionghoa yang cenderung untuk makan dalam kelompok

yang besar seperti bersama keluarga atau teman-teman. Proses memasak hidangan dalam restoran Tiongkok menggunakan kompor dengan api besar dan dengan wajan bulat besar yang disebut dengan *wok*. Penggunaan wajan besar dan api yang besar ini ditujukan untuk memasak hidangan dengan cepat.

## 7. Deskripsi Pandemi COVID-19

Seiring dengan keputusan yang telah ditetapkan yaitu Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam, maka wabah yang diakibatkan oleh COVID-19 ditetapkan sebagai Bencana Nasional (Silalahi, 2020). Menteri Kesehatan Indonesia juga telah menetapkan upaya preventif demi menekan penyebaran COVID-19 di Indonesia melalui panduan protokol kesehatan yang terdiri dari *physical distancing*, *social distancing*, pemakaian *face shield*, masker wajah, dan sarung tangan, pencucian tangan dan penggunaan *hand sanitizer* berkala, hingga memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau disingkat menjadi PSBB.

Pemerintah Indonesia telah merencanakan pencegahan dan pengendalian pandemi COVID-19 dengan menetapkan pasca pemberlakuan PSBB dengan kondisi pandemi yang masih berlangsung. Pemerintah mencanangkan upaya mitigasi dan persiapan tempat kerja, tempat pendidikan, dan tempat lainnya agar dapat dioperasikan kembali dengan aman demi tetap menjalankan roda perekonomian negara melalui perubahan pola hidup sehari-hari dalam pandemi COVID-19 ini dengan sebutan *New Normal*.

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19), semua tempat dan fasilitas umum di Indonesia ditujukan untuk memenuhi kebutuhan tamu akan produk dan pelayanan pariwisata termasuk restoran atau rumah makan yang bersih, sehat, aman, dan ramah lingkungan selama masa pandemi COVID-19 dengan mengacu pada Panduan Pelaksanaan Kebersihan (*Cleanliness*), Kesehatan (*Health*), Keselamatan (*Safety*), dan Kelestarian Lingkungan (*Environmental Sustainability*) di Restoran/Rumah Makan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

#### 8. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

*Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* merupakan nama usaha untuk studi kelayakan bisnis ini di mana nama *Lai Lah* sendiri diambil dari Bahasa Mandarin yang berarti “datang saja”. *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* adalah restoran cepat saji yang menyediakan pilihan menu makanan khas Tiongkok yang disajikan dalam sebuah kotak atau *box* makanan berbahan *food pail* yang praktis. Dalam perencanaan bisnis ini, jenis menu yang akan digunakan adalah *static menu* di mana makanan dan minuman serta harga dari setiap hidangan sudah ditetapkan masing-masing dan tidak berubah.

*Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* akan menawarkan pilihan makanan dan minuman berupa *Lai Lah Rice Box, Side Dish, Dessert,*



serta beragam minuman seperti *Juice, Coffee or Tea, Soft Drinks*, dan air mineral. *Lai Lah Rice Box* merupakan menu spesialisasi dari *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* yang terdiri dari hidangan nasi yang disajikan dengan pilihan lauk pauk khas Tiongkok seperti *Kung Pao Chicken, Sichuan Chilli Beef, Sweet and Sour Fish*, dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat juga menu *Side Dish* seperti *Chicken Egg Roll* dan *Pan-Fried Dumplings*, serta menu *Dessert* seperti *Almond Jelly* dan *Grass Jelly*. Pilihan minuman yang ditawarkan beragam dari jenis teh seperti *Chrysantemum Tea* dan *Jasmine Tea*, dan pilihan *Juice* seperti *Sugar Cane Juice, Kumquat Juice*, dan lain sebagainya.

Untuk mendukung pencegahan penyebaran virus COVID-19, *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* akan melaksanakan bisnis dengan mematuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan yaitu dengan mengikuti Panduan Pelaksanaan CHSE demi mencegah penyebaran virus COVID-19. Rencana pelaksanaan *Lai Lah Chinese Fast Food Restaurant* akan didirikan di Jalan BSD Grand Boulevard, Bumi Serpong Damai, Kota Tangerang Selatan dikarenakan lokasinya yang strategis dan ramai penduduk. Jam operasional akan ditetapkan setiap hari dari pukul 10.00 – 20.00 WIB selama pandemi COVID-19 masih berlangsung, dan pukul 10.00 – 22.00 WIB apabila pandemi COVID-19 telah selesai dan peraturan pencegahan atau mitigasi penyebaran virus COVID-19 telah diangkat.