

BAB I

PENDAHULUAN

A. GAGASAN AWAL

Pariwisata adalah salah satu sektor bisnis yang sangat berkembang di Indonesia berdasarkan yang tertulis dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab II Pasal 4 bahwa kepariwisataan mempunyai tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghilangkan kemiskinan, mengatasi pengangguran, melindungi alam, lingkungan, sumber daya, promosi budaya, pembentukan citra nasional, menumbuhkan cinta tanah air, memperkuat jati diri dan persatuan bangsa, dan memperkuat persahabatan antar bangsa. Melalui *multiplier effect*, pariwisata dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, oleh karena itu demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, pembuatan sebuah bisnis baru akan sangat membantu hal tersebut dari segi bidang ke pariwisata dengan cara menciptakan lapangan kerja yang baru di bidang pariwisata ini.

Pada tahun 2020 ini muncul wabah *covid-19* yang membuat penurunan dari berbagai aspek perekonomian, salah satunya yang paling terpengaruh yaitu dari sektor pariwisata, penurunan yang dialami sektor pariwisata akan sangat mempengaruhi sektor ekonomi lainnya, seperti sektor penawaran barang dan juga jasa, hal tersebut membuat berbagai sektor perekonomian dari berbagai sektor terutama dalam sektor pariwisata harus dihentikan dengan terpaksa

(Listiani, 2020). Berdasarkan pernyataan diatas, wabah *covid-19* sangatlah mempengaruhi sektor industri pariwisata, dan hal tersebut berdampak negatif hingga membuat beberapa industri harus menghentikan bisnis mereka. Namun pemerintah Indonesia telah mempersiapkan beberapa strategi dan juga kebijakan yang ditujukan demi memberikan kestabilan perekonomian bagi para masyarakat Indonesia. Strategi *new normal* merupakan salah satu contoh strategi yang telah disiapkan oleh pemerintah untuk menstabilkan keadaan perekonomian di Indonesia.

Dalam situasi *new normal* ini, pemerintah menghimbau masyarakat untuk tetap berada dirumah demi memperlambat penyebaran virus *corona* ini. Dengan adanya himbauan ini, masyarakat Indonesia harus membantu pelaksanaan himbauan ini dengan cara tetap melakukan aktifitas di rumah, mulai dari bekerja, belajar, maupun dari segi penyediaan makanan dan minuman. Bisnis restoran dengan konsep *dine-in* dan juga *takeaway* akan mendukung strategi *new normal* ini, namun sistem *takeaway* lebih diutamakan karena adanya protokol dari pemerintah yang menganjurkan setiap restoran untuk mengurangi kapasitas *dine-in* restoran mereka sebesar 50% dari kapasitas aslinya.

TABEL 1
Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut
Lapangan Usaha di Provinsi Banten Tahun 2017-2019

Lapangan Usaha PDRB	PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Kategori Lapangan Usaha (Milyar Rupiah)		
	2019	2018	2017
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	37 021,57	35 573,82	33 265,71
Pertambangan dan Penggalian	4 408,72	4 272,13	4 146,09
Industri Pengolahan	203 405,83	191 862,86	179 931,24
Pengadaan Listrik dan Gas	12 072,66	12 770,04	11 984,08
Pengadaan Air	513,34	481,83	449,42
Konstruksi	73 504,01	65 452,94	58 182,25
Perdagangan Besar dan Eceran, dan Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	85 477,70	76 816,28	69 275,35
Transportasi dan Pergudangan	72 359,11	68 139,77	61 257,75
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	15 940,22	14 632,81	13 477,23
Informasi dan Komunikasi	23 278,14	21 695,57	20 484,98
Jasa Keuangan	19 930,66	18 969,24	17 063,67
Real Estate	52 618,07	46 873,41	42 103,76
Jasa Perusahaan	7 492,06	6 673,74	6 082,32
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	13 657,22	12 301,12	11 458,84
Jasa Pendidikan	23 749,88	21 129,74	18 648,87
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	8 384,23	7 444,37	6 655,41
Jasa lainnya	11 149,97	10 018,08	9 130,73
PDRB	664 963,40	615 107,75	563 597,70

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa PDRB pada kategori penyediaan akomodasi dan makan minum di Provinsi Banten mengalami peningkatan setiap tahunnya, tepatnya meningkat sebesar Rp 1.155,58 miliar pada tahun 2018 dibandingkan dengan tahun 2017, kemudian mengalami peningkatan lagi sebesar Rp 1.307,41 pada taun 2019 dibandingkan dengan tahun 2018, sehingga pengadaan bisnis restoran di provinsi Banten akan memperbesar kemungkinan keberlanjutan bisnis restoran ini. Walaupun

industri penyediaan akomodasi dan pelayanan makanan minuman bukan merupakan industri yang mempunyai tingkat PDRB tertinggi, namun industri penyediaan akomodasi dan pelayanan makanan minuman mengalami peningkatan PDRB yang cukup signifikan.

TABEL 2
Jumlah Restoran Menurut Jenis Makanan se Jabodetabek

Jenis Makanan	Jumlah Restoran
Indonesian	7.900
Chinese	2.024
Japanese	1.700
Western	1.545

Sumber: Zomato (2020)

Berdasarkan Tabel 2, dapat dikatakan bahwa restoran Jepang mempunyai peminat yang cukup banyak dikarenakan cukup banyaknya jumlah restoran Jepang yang terdapat di daerah Jabodetabek dimana jumlah restoran Jepang termasuk kedalam tiga besar sebagai restoran terbanyak yang terdapat di daerah Jabodetabek. Dengan tingginya tingkat peminat makanan Jepang di daerah Jabodetabek serta masih adanya peluang pembuatan bisnis baru dari restoran Jepang karena tingkat jumlah pesaing masih tidak terlalu banyak dibandingkan dengan restoran Indonesia dan juga restoran Chinese maka bisnis restoran Jepang menjadi pilihan yang cukup baik.

Jepang mempunyai beberapa jenis makanan *authentic* khas Jepang yang diolah dan dipersiapkan dengan gaya Jepang serta menggunakan bahan-bahan yang khas dari Jepang. Konsep *donburi* menjadi salah satu pilihan karena konsep makanannya yang cukup simpel namun juga mempunyai cita rasa yang lezat dan cocok dengan lidah orang Indonesia. Di Jepang, *donburi* merupakan sebuah makanan murah yang didalamnya terdapat beberapa macam lauk yang

disusun diatas nasi hangat dalam sebuah mangkuk yang biasanya disajikan disaat makan siang (Kuper, 2012). Konsep *donburi* ini akan mendapatkan banyak peminat karena konsepnya yang cukup simple dan mudah untuk dimakan dimana saja karena hanya terdiri dari beberapa lauk dan nasi yang disusun dalam sebuah mangkuk, sehingga tidak perlu ribet untuk memakannya secara terpisah-pisah. Selain itu konsep *donburi* ini juga membutuhkan waktu persiapan yang tidak terlalu lama karena elemen yang terdapat dalam satu mangkuk *donburi* dapat sudah di siapakan sebelumnya sehingga dapat menghemat waktu para konsumen dalam memesan dan menyantap *donburi* ini.

TABEL 3
Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten
Tahun 2017-2019 (Jiwa)

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk		
	2019	2018	2017
Kab Pandeglang	1.211.909	1.209.011	1.205.203
Kab Lebak	1.302.608	1.295.810	1.288.103
Kab Tangerang	3.800.787	3.692.693	3.584.770
Kab Serang	1.508.397	1.501.501	1.493.591
Kota Tangerang	2.229.901	2.185.304	2.139.891
Kota Cilegon	437.205	431.305	425.103
Kota Serang	688.603	677.804	666.600
Kota Tangerang Selatan	1.747.906	1.696.308	1.644.899
Provinsi Banten	12.927.316	12.689.736	12.448.160

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2019)

Berdasarkan Tabel 3, dapat dikatakan bahwa Kota Tangerang Selatan pada tahun 2017 - 2019 merupakan daerah yang mempunyai tingkat pertumbuhan penduduk yang cukup pesat serta mempunyai tingkat jumlah penduduk ketiga paling tinggi di daerah provinsi banten.

TABEL 4
 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota (%)
 Provinsi Banten, 2019

Kabupaten/Kota	2019	2018
Kab Pandeglang	5,04	6,02
Kab Lebak	5,77	5,80
Kab Tangerang	5,88	5,93
Kab Serang	5,08	5,33
Kota Tangerang	4,31	5,92
Kota Cilegon	5,65	5,97
Kota Serang	6,44	6,46
Kota Tangerang Selatan	7,35	7,37

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2019)

Kota Tangerang Selatan menjadi pilihan lokasi utama dikarenakan Kota Tangerang Selatan mempunyai tingkat presentase pertumbuhan ekonomi tertinggi pada tahun 2019 yaitu mencapai 7,35 persen. Pasar yang menjadi target yaitu anak-anak muda yang mempunyai tingkat ekonomi dengan kelas menengah, seperti mahasiswa beberapa kampus yang terdapat di daerah Tangerang selatan serta orang-orang perkantoran yang mempunyai keterbatasan waktu karena cepatnya waktu penyajian makanan *donburi* dapat menarik bagi orang-orang perkantoran yang tidak punya banyak waktu, oleh karena itu lokasi Alam Sutera menjadi lokasi yang cukup strategis karena Alam Sutera mempunyai banyak perkantoran dan juga terdapat beberapa kampus yang berlokasi di Alam Sutera seperti *Vista Land Group-Alam Sutera, The Prominence Office Tower, Kantor Bank Panin Cabang Alam Sutera, Universitas Binus Alam Sutera, Universitas Bunda Mulia, Universitas Binus Aso, dan lainnya.*

Berdasarkan data-data diatas, maka penulis mempunyai ide untuk menggunakan kesempatan tersebut untuk membuat sebuah bisnis restoran yang mempunyai konsep *Japanese authentic donburi* dengan berbagai

macam inovasi produk. Dengan adanya pertumbuhan jumlah restoran-restoran baru yang akan muncul di daerah Alam Sutera, serta mudahnya akses transportasi dengan adanya akses keluar dan masuk tol serta lokasi yang cukup strategis yaitu berada di tengah-tengah perbatasan jalan antara Gading Serpong dan juga BSD *City* akan mendukung dan juga menunjukkan bahwa tingginya potensial pembangunan dan juga pertumbuhan usaha-usaha baru khususnya pada bidang makanan dan juga minuman.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Dalam membangun sebuah bisnis, kita perlu mengetahui tujuan dari dibuatnya bisnis tersebut agar dapat mengetahui dan menganalisis apakah bisnis tersebut layak atau tidak layak untuk dapat dijalankan. Tujuan dari studi kelayakan bisnis yang dibuat terbagi menjadi dua, yaitu tujuan primer dan juga tujuan sekunder, berikut adalah penjabarannya:

Tujuan primer dari studi kelayakan bisnis tersebut, yaitu:

1. Menganalisis semua aspek mengenai penelitian kelayakan usaha seperti:

a. Aspek Pasar dan juga Pemasaran

Menganalisis permintaan, penawaran, bauran pemasaran, segmentasi, *targeting*, sosial, ekonomi, politik dan hukum, dan juga aspek lingkungan hidup dari Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.

b. Aspek Operasional

Menganalisis jenis-jenis aktivitas dan juga fasilitas, serta hubungan antara aktivitas dan juga fasilitas, perhitungan luas dan besar ruangan yang diperlukan untuk fasilitas yang tersedia, pemilihan untuk lokasi

bisnis, dan juga teknologi yang digunakan Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.

c. Aspek Organisasi dan juga Sumber Daya Manusia

Menganalisis struktur organisasi dari sebuah perusahaan, analisis pekerjaan, analisis pengelola usaha, analisis sumber daya manusia, program-program pelatihan dan pengembangan, serta aspek yuridis dari Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kebutuhan dan juga sumber dana, proyeksi dari biaya-biaya untuk operasional, perkiraan pendapatan bisnis, proyeksi neraca, proyeksi arus kas, proyeksi laba rugi, analisis titik impas, penilaian investasi, analisis rasio, serta manajemen resiko dari bisnis Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.

2. Menguji dan menganalisis peluang serta hambatan yang akan dihadapi oleh Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant dalam proses pembuatan bisnis, sehingga dapat meminimalisir resiko kerugian yang akan terjadi di masa yang akan datang.

Tujuan sekunder studi kelayakan bisnis tersebut, yaitu:

1. Membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi para masyarakat.
3. Memberikan wawasan yang baru mengenai industri makanan dan minuman khas Jepang serta menyediakan makanan dan minuman khas Jepang yang berkualitas kepada masyarakat Indonesia.
4. Membantu menambah pengetahuan dan juga wawasan dari penulis mengenai pembuatan studi kelayakan bisnis dan juga memberikan

informasi tambahan kepada para pembaca untuk dapat dijadikan sebagai bahan referensi, baik untuk kajian pustaka ataupun sebagai referensi bagi penelitian-penelitian berikutnya.

C. Metodologi

Dalam studi kelayakan bisnis Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant, diperlukan data yang digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya bisnis ini untuk dijalankan. Untuk mendapatkan data tersebut, maka akan dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2016) data primer yaitu:

“Such data that the researcher gathers first-hand for the specific purpose of the study.”

Berdasar pengertian diatas, maka dapat didefinisikan bahwa data primer merupakan informasi-informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti yang berkaitan dengan semua variabel-variabel yang diperlukan untuk melakukan sebuah studi dengan tujuan spesifik. Berikut merupakan beberapa metode yang dapat dilakukan untuk pengumpulan data primer yang digunakan untuk pelaksanaan studi kelayakan bisnis Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant, yaitu:

a. Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) kuesioner adalah:

“Questionnaire is a preformulated written set of questions to which respondents record their answers, usually rather closely defined alternatives.”

Berdasarkan dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kuesioner merupakan sekelompok pertanyaan yang ditujukan untuk diberikan pada para responden dimana akan diisi oleh jawaban yang akan dapat disimpulkan menjadi sebuah kesimpulan atau alternatif. Berikut merupakan beberapa jenis kuesioner, yaitu:

- 1) *Pesonally Administrated Questionnaires* merupakan kuesioner yang disebarakan oleh para peneliti kepada para responden, biasanya kuesioner jenis ini akan langsung dikumpulkan atau dikumpulkan dalam jangka waktu yang cukup pendek.
- 2) *Mail and Electric Questionnaires* merupakan jenis kuesioner yang disebarakan secara elektronik oleh para peneliti kepada para responden. Biasanya dikirim melalui *e-mail* atau melalui media komunikasi lainnya. Penyebaran kuesioner ini tidak terbatas oleh ruang geografis karena penyebaran kuesioner ini menggunakan media elektronik, jenis kuesioner ini merupakan jenis kuesioner yang digunakan oleh penulis dalam mendapatkan data primer.

Populasi merupakan keseluruhan dari semua kelompok orang, kejadian, ataupun hal-hal yang ingin diinvestigasi ataupun diteliti oleh para peneliti. Sedangkan, sampel merupakan sebuah bagian dari populasi yang akan dipilih untuk mewakili sebuah populasi tersebut untuk dilakukan penelitian. Dengan mempelajari sampel tersebut, peneliti dapat membuat sebuah kesimpulan yang akan diaplikasikan ataupun dapat mewakilkan populasi tersebut.

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2016), terdapat lima tahap dari proses dalam penentuan sampel. Lima tahap tersebut yaitu:

a. Menentukan populasi.

Target populasi yang ingin dipilih harus sesuai dengan topik dari penelitian. Populasi yang sesuai untuk studi kelayakan bisnis ini yaitu penduduk Indonesia yang berdomisili di Jabodetabek.

b. Menentukan kerangka sampel.

Kerangka sampel yaitu representasi fisik dari semua elemen yang ada di dalam populasi yang merupakan target dari penelitian. Sebagai contoh, jika mau menjadikan konsumen restoran sebagai populasi, maka yang dapat menjadi kerangka sampel yaitu pelanggan yang melakukan *dine-in* dan *take away* di restoran tersebut.

c. Menentukan desain *sampling*.

Desain *sampling* merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk dapat menentukan sample tersebut. Terdapat dua jenis desain *sampling*, yaitu *probability sampling* dan juga *non-probability sampling*. Menurut (Sekaran dan Bougie, 2016) terdapat dua Teknik pengumpulan sample, yaitu:

1) *Probability Sampling*

Probability Sampling merupakan teknik pengumpulan sampel dimana semua elemen dalam sebuah populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

2) *Non-probability Sampling*

Non-probability sampling merupakan teknik pengumpulan sampel dimana semua elemen yang terdapat dalam populasi harus memenuhi beberapa syarat tertentu agar dapat menjadi sampel dalam suatu penelitian.

Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode ini dipilih karena mempunyai beberapa keuntungan yaitu tidak memerlukan terlalu banyak biaya dan waktu dibandingkan dengan metode wawancara. Melihat kondisi yang kurang kondusif akibat pandemi *covid-19* ini, metode ini merupakan metode yang paling cocok untuk digunakan karena mudah dilakukan serta tidak terganggu oleh keterbatasan geografis dan juga waktu. Jenis kuesioner yang akan digunakan oleh Umair Sugiru Japanese Donburi Restaurant adalah *mail and electric questionnaires*. Sampel dari kuesioner ini yaitu masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah Jabodetabek (Jakarta Bogor Depok Tangerang dan Bekasi).

d. Menentukan jumlah sampel.

Jumlah sampel dapat bergantung pada beberapa faktor seperti tujuan penelitian, jumlah dari keberagaman yang ada dalam populasi tersebut, faktor biaya dan juga waktu, ukuran dari populasi tersebut dan juga tingkat keakuratan yang diinginkan peneliti. Jumlah minimal dari responden dalam kuesioner yang diperlukan yaitu sebanyak lima kali dari jumlah keseluruhan variable yang ingin

dianalisa (Hair, Black, dan Anderson,2014). Berdasarkan pernyataan diatas, biasanya jumlah responden dibutuhkan sebanyak lima kali dari jumlah semua pertanyaan yang terkait dengan 8Ps yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming*, dan juga *Partnership*.

e. Mengeksekusi proses sampel.

Menurut (Sekaran dan Bougie, 2016), skala adalah:

“A tool or mechanism by which individuals are distinguished as to how they differ from one another on the variables of interest to our study”.

Berdasarkan pernyataan diatas, skala merupakan alat yang diperlukan untuk mengetahui adanya perbedaan minat antara satu individu dengan individu lainnya terhadap semua variabel-variabel dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala likert, yaitu sebuah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai sebuah kejadian atau gejala sosial (Sugiyono, 2010). Skala ini terdiri dari enam angka, yaitu:

- 1) Angka satu bila responden Sangat Tidak Setuju (STS) dengan pernyataan yang tercantum.
- 2) Angka dua bila responden Tidak Setuju (TS) dengan pernyataan yang tercantum.
- 3) Angka tiga bila responden Cukup Tidak Setuju (CTS) dengan pernyataan yang tercantum.

- 4) Angka empat bila responden Cukup Setuju (CS) dengan pernyataan yang tercantum.
- 5) Angka lima bila responden Setuju (S) dengan pernyataan yang tercantum.
- 6) Angka enam bila responden Sangat Setuju (SS) dengan pernyataan yang tercantum.

Data yang sudah diperoleh dari kuesioner ini selanjutnya akan diolah dalam bentuk persentase dan juga nilai rata-rata. Hasil dari data yang sudah diolah akan dilakukan pengujian validitas dan juga reliabilitas agar dapat memberikan penilaian bagi bauran pemasaran yang dimiliki oleh Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.

Validitas merupakan sebuah pengujian mengenai seberapa cermat dan tepat sebuah instrumen yang akan digunakan untuk mengukur suatu variabel (Sekaran & Bougie, 2016). Secara singkat, uji validitas berfungsi untuk mengukur kelayakan dari semua instrumen-instrumen yang akan digunakan dalam sebuah kuesioner. Pernyataan yang tidak valid tidak bisa digunakan untuk dapat mengukur data yang ingin didapatkan sehingga pernyataan tersebut harus dihapus ataupun diganti dengan pernyataan lain. Sebuah pernyataan dianggap valid bila r hitung $>$ r tabel.

Reliabilitas merupakan sebuah pengujian yang menunjukkan konsistensi dari sebuah alat ukur, salah satu contohnya yaitu kuesioner (Sekaran & Bougie, 2016). Melalui uji reliabilitas, peneliti dapat mengetahui bahwa sebuah alat ukur akan konsisten dalam

mengukur sebuah gejala yang sama. Pernyataan yang sudah diuji validitasnya, akan ditentukan reliabilitasnya dengan beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Cronbach's Alpha $<0,60$ = Reliabilitas buruk (lemah).
- 2) Cronbach's Alpha $0,60 - 0,80$ = Reliabilitas diterima (cukup).
- 3) Cronbach's Alpha $>0,80$ = Reliabilitas baik.

b. Observasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016)

“Observation concerns the planned watching, recording, analysis, and interpretation of behavior, actions or events.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa observasi merupakan kegiatan untuk mengamati, merekam, serta menganalisa perlakuan dan juga perbuatan dari sebuah kejadian. Observasi lingkungan perlu dilakukan sekitar lokasi Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant untuk memperoleh beberapa data tambahan untuk melengkapi studi kelayakan bisnis ini, seperti melihat lokasi serta luas dari tempat usaha, harga sewa, fasilitas yang diperoleh, kecenderungan konsumen, serta daftar para pesaing langsung maupun tidak langsung.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan semua data-data yang sudah tersedia dan tidak perlu di cari dan diolah lagi oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Data sekunder lebih mudah dan juga cepat untuk di dapatkan karena sudah tersedia, para peneliti hanya perlu untuk mencari lalu mengambil data sekunder tersebut dari beberapa artikel lain yang berfungsi sebagai

pendukung dari pernyataan yang diberikan oleh peneliti mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Data sekunder dapat dicari dan diperoleh melalui beberapa cara seperti melalui buku-buku yang tersedia di perpustakaan, data-data dari badan pusat statistik, kantor pemerintahan, dan masih banyak sumber-sumber lainnya. Dalam menyusun studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan beberapa data sekunder yang di peroleh dari beberapa sumber seperti badan pusat statistik, buku referensi dari perpustakaan, jurnal ilmiah, dan beberapa sumber terpercaya lainnya yang mendukung studi kelayakan bisnis penulis.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Definisi Restoran

Menurut (Walker, 2017), pengertian restoran yaitu:

Restaurants are a vital part our everyday lifestyles; because we are a society on the go, we patronize them several times a week to socialize, as well as eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of family, friends, colleagues, and business associates, to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Sesuai dengan pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa sebuah restoran mempunyai peranan yang cukup penting sebagai bentuk gaya hidup di masa kini, hal tersebut dikarenakan manusia merupakan sebuah makhluk sosial yang mempunyai kebutuhan untuk bersosialisasi dan juga memenuhi kebutuhan makanan dan minuman. Restoran tersebut menawarkan sebuah tempat yang digunakan untuk bersantai serta menikmati kebersamaan dengan para keluarga, teman, serta rekan bisnis, untuk dapat memulihkan energi sebelum melanjutkan kegiatan berikutnya.

2. Klasifikasi Restoran

Klasifikasi merupakan hal yang penting untuk dalam mendeskripsikan konsep restoran agar lebih detail. Secara umum, restoran dapat diklasifikasikan menurut menu, harga dan kualitas makanan, serta jenis layanan yang diberikan kepada wisatawan. Menurut (Walker, 2017) ada dua jenis restoran utama, yaitu restoran mandiri dan restoran berantai. Restoran mandiri adalah restoran yang pemiliknya adalah satu atau lebih orang yang biasanya terlibat dalam operasi bisnis sehari-hari. Restoran berantai adalah suatu jenis restoran yang memiliki induk perusahaan, sedangkan rantai waralaba dan restoran merupakan sekumpulan restoran, sehingga restoran tersebut memiliki banyak anak perusahaan atau cabang. Selain terdapat dua kategori utama, menurut (Walker, 2017) sebuah restoran dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis restoran seperti:

a. *Fine Dining*

Sebagian besar restoran tersebut merupakan restoran mandiri dengan layanan lengkap, seperti restoran formal atau restoran kasual, dan selalu menyediakan menu berkualitas.

b. *Celebrity Restaurants*

Restoran ini dimiliki oleh para artis, selebriti maupun publik figur. Pada umumnya mempunyai keunggulan karena mudah mendapat popularitas.

c. *Steak Houses*

Restoran ini lebih fokus dalam menawarkan menu khusus mereka yaitu *steak* dan berbagai macam potongan daging.

d. *Casual Dining*

Restoran *casual* ini lebih mengincar konsumen dengan *segmen* menengah serta menawarkan suasana restoran yang cukup santai, menu yang disediakan di restoran jenis ini cukup sederhana dan mempunyai harga yang cukup terjangkau.

e. *Family Restaurants*

Restoran keluarga ini pada umumnya terletak di lokasi yang mudah untuk diakses. Pada umumnya restoran ini memberikan layanan yang cukup sederhana dengan tujuan untuk menyenangkan konsumen keluarga yang ingin menikmati restoran tersebut.

f. *Ethnic Restaurants*

Restoran ini menawarkan beberapa menu yang khas dari sebuah daerah maupun negara tertentu.

g. *Theme Restaurants*

Restoran ini mempunyai sebuah tema, dimana dekorasi ruangan dan suasana dari restoran tersebut akan di desain sesuai dengan tema yang sudah ditentukan.

h. *Fast Food Restaurants*

Restoran jenis ini menyajikan beberapa menu makanan dan minumannya dengan harga yang cukup terjangkau dan menggunakan waktu pengolahan yang sangat cepat.

i. *Bakery Café*

Restoran ini menjual berbagai macam produk roti beserta olahannya seperti sandwich, *pastry* dan lainnya.

3. Menu Restoran

Menu restoran dapat dikategorikan kedalam dua tipe, yaitu *Table d'hote* dan juga *A'la Carte* (Chon & Maier, 2010) yaitu:

a. *Table d'hote*

Menu jenis ini sudah disusun secara lengkap dan berurutan, mulai dari menu pembuka, sup, menu utama hingga makanan penutup dan sudah ditetapkan harganya. Berikut ini merupakan tipe-tipe menu yang termasuk dalam *table d'hote*:

1) *Banquet*

Menu jenis ini sudah ditetapkan jenis dan juga harga dari paket tersebut sehingga, kecuali para tamu memberikan *special request* untuk menu tersebut.

2) *Buffet*

Menu jenis ini telah disiapkan dan dihidangkan menggunakan *hotel pan* serta alat pemanas. Penyedia makanan hanya tinggal

memilih menu dan membayar tagihan, biasanya menu jenis ini tersedia di acara-acara tertentu.

3) *Cyclical*

Menu jenis ini sering digunakan di industri katering dan juga rumah sakit untuk menyiapkan beberapa macam varian paket menu agar para tamu tidak bosan.

b. *A'la Carte*

Arti dari menu *A'la carte* yaitu bebas untuk memilih sesuai dengan menu yang sudah tersedia. Menu jenis ini lebih sulit dalam mengontrol *costing* karena perusahaan tidak dapat mengontrol kemauan para tamu.

4. Klasifikasi Layanan

Menurut (Cousins, Lillicrap, Weekes, & Lucas, 2014), layanan dari industri makanan dan juga minuman dapat dikategorikan sebagai berikut:

a. *Table Service*

Jenis layanan ini merupakan layanan yang akan melayani tamu langsung di meja. Layanan jenis ini sering ditemukan di dalam berbagai macam restoran, *café*, dan juga *banquet*.

Table service terdiri dari:

1) *Silver/English Service*

Waiter akan menghidangkan makanan yang sudah tersedia menggunakan sendok dan juga garpu *service* langsung ke piring yang sudah disediakan untuk tamu.

2) *Family Service*

Seluruh hidangan yang sudah disiapkan akan disajikan di piring di atas meja agar para tamu dapat langsung mengambil sendiri semua makanan yang sudah disajikan.

3) *Plate/American Service*

Tipe dari layanan ini akan menyajikan makanan yang telah disiapkan di atas piring, langsung ke meja para tamu oleh para *waiters*.

4) *Butler/French Service*

Tipe dari layanan ini, para tamu bisa mengambil makanan yang mereka inginkan yang sebelumnya sudah di jelaskan oleh para *waiters*.

5) *Gueridon Service*

Semua hidangan akan disiapkan di *side table* atau *trolley* untuk disajikan kepada para tamu.

6) *Bar Counter*

Layanan ini menawarkan para tamu untuk dapat duduk langsung di *bar counter* agar dapat langsung dilayani oleh *chef* yang ada.

b. *Assisted Service*

Jenis layanan ini merupakan gabungan dari *table service* dengan *self-service*. Layanan ini, akan menghidangkan sebagian hidangan di meja langsung dan menghidangkan makanan lainnya di meja *display* atau secara *buffet*.

c. *Self Service*

Layanan ini, mengharuskan para tamu untuk melayani dirinya sendiri dengan mengambil hidangan dari *buffet* atau *counter* yang sudah disediakan. Layanan jenis ini sering ditemukan pada restorantia dan juga kantin, beberapa jenis diantaranya yaitu:

1) *Counter*

Layanan jenis ini, mengharuskan tamu untuk mengantri di depan *counter* yang sudah tersedia serta memilih semua menu yang tamu tersebut inginkan.

2) *Free-flow*

Layanan ini mirip dengan *counter service*, namun pada jenis *free-flow service*, para tamu dapat dengan bebas menuju *service points* yang diinginkan tamu.

d. *Single Point Service*

Layanan ini mengharuskan para tamu untuk melakukan pemesanan, dan pembayaran serta penerimaan makanan dan juga minuman langsung di *counter* yang tersedia atau menggunakan *vending machine*.

Single point service terdiri dari:

1) *Takeaway*

Layanan ini mengharuskan tamu untuk melakukan pemesanan dan juga pengambilan makanan pada *counter* yang tersedia untuk dibawa ke tempat lain untuk dikonsumsi.

2) *Drive-thru*

Layanan ini menyerupai *takeaway*, namun para tamu akan mengambil pesanan dengan mengendarai kendaraan.

3) *Fast Food*

Layanan ini menyediakan menu yang terbatas dari segi pilihan, dan mengedepankan kecepatan layanan dengan menyediakan area makan dan juga fasilitas *takeaway*.

4) *Vending*

Salah satu bentuk akomodasi makanan dan minuman melalui mesin penjual otomatis.

5) *Food Court*

Suatu layanan di mana terdapat beberapa counter yang menyajikan berbagai jenis makanan yang berbeda. Tamu dapat memesan dari beberapa counter sekaligus dan menyantap makanan di area yang telah disediakan atau takeaway.

e. *Specialized Service (Service in Situ)*

Layanan ini merupakan layanan yang langsung menyajikan makanan dan juga minuman ke tempat para tamu berada.

Tipe dari layanan ini terdiri dari:

1) *Tray*

Jenis layanan ini langsung menghadirkan makanan ke tempat para tamu berada dengan menggunakan bantuan berupa *tray*.

2) *Trolley*

Jenis layanan ini langsung menghadirkan makanan ke tempat para tamu berada dengan menggunakan bantuan berupa *trolley*.

3) *Home Delivery*

Jenis layanan ini langsung mengirimkan makanan ke tempat tinggal para tamu.

4) *Lounge*

Jenis layanan ini menghadirkan makanan dan juga minuman pada area *lounge*.

5) *Room*

Layanan ini mengantarkan makanan dan juga minuman menuju kamar para tamu.

6) *Drive-In*

Layanan ini mengantarkan makanan dan juga minuman langsung ke dalam kendaraan para tamu.

5. Sejarah dan Klasifikasi *Donburi*

Donburi mempunyai makna yaitu mangkuk yang dalam, yang biasanya terbuat dari kayu, keramik, ataupun tanah liat, dan mempunyai banyak macam *pattern* dan ada beberapa mangkuk yang mempunyai tutup atasnya, namun sekarang ini *donburi* juga dapat diartikan sebagai sebuah makanan berbahan dasar nasi yang diberi *topping* bermacam-macam bahan, dan juga bahkan walaupun bahan-bahan yang digunakan bukanlah bahan-bahan yang berasal dari jepang, namun makanan ini tetap dapat disebut sebagai *donburi* (Watanabe, 2013).

Dalam tradisi Jepang, terdapat beberapa macam *classic donburi* dimana varian klasik tersebut sudah diketahui mayoritas masyarakat jepang karena sudah menjadi tradisi masyarakat mereka untuk menyantap hidangan *donburi* tersebut. Beberapa diantaranya yaitu *oyako donburi* atau yang biasa disingkat sebagai *oyako don* yang berarti nasi mangkuk orang tua dan anak dalam bahasa jepang, dimana *oyako don* ini berisikan campuran antara nasi, telur, dan juga potongan ayam. Selain itu terdapat juga *unagi donburi* (nasi mangkuk dengan belut), *gyu donburi* (nasi

mangkuk dengan potongan daging sapi), *katsu donburi* (nasi mangkuk dengan ayam goreng yang dipotong-potong), dan lainnya.

6. Konsep Bisnis

Berdasarkan teori-teori yang tercantum diatas, Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant merupakan salah satu contoh restoran yang tergolong kedalam komponen usaha di bidang pariwisata. Kategori dari restoran ini yaitu *Japanese donburi restaurant* dengan menerapkan klasifikasi layanan *bar counter* yaitu dimana para konsumen akan duduk di kursi dengan *bar* sebagai meja makannya dan konsumen dapat memesan dan membeli makanan secara langsung kepada pelayan maupun *chef* yang terdapat di dapur dari tempat duduk dan makanan akan diantarkan ke meja *bar* tamu tersebut untuk dapat segera disantap.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, banyak restoran Jepang di Indonesia yang menggunakan bahan-bahan yang kurang *authentic* dengan alasan untuk menyesuaikan rasa dengan lidah masyarakat Indonesia serta kurang tepat dalam melakukan penyimpanan bahan makanan dan pengolahannya, dengan permasalahan itu maka muncul ide penulis untuk membuat sebuah bisnis yang akan menyajikan makanan yang mempunyai cita rasa yang dibuat dan diolah semaksimal mungkin untuk memunculkan rasa yang makanan Jepang yang *authentic*.

Pemilihan bahan serta para sumber daya manusia yang mempunyai pengalaman serta pengetahuan yang luas mengenai makanan Jepang akan membantu mengontrol kualitas dari makanan serta pelayanan yang akan

diberikan. Selain untuk mengontrol kualitas produk serta pelayanan yang akan diberikan, tujuan lain dari pemilihan perekrutan sumber daya manusia yang berpengalaman dan berpengetahuan luas yaitu karena Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant mempunyai sebuah keunggulan yaitu akan adanya penjelasan singkat terkait dengan produk yang akan disajikan bagi para tamu, dengan hal tersebut Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant akan membantu mengedukasi masyarakat Indonesia mengenai makanan serta sejarah Jepang secara singkat sambil mereka menikmati atau menunggu datangnya pesanan makanan atau minuman mereka.

Menu yang ditawarkan Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant adalah *a'la carte* dan *table d'hote* menu yang artinya pelanggan dapat memilih dan mendapatkan produk secara terpisah, namun pelanggan juga dapat membelinya secara paket jika menginginkannya.

Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant mempunyai konsep dimana restaurant ini menyediakan berbagai macam jenis *donburi menu* yang merupakan jenis makanan yang disajikan menggunakan mangkuk dengan *base* menggunakan nasi sebagai karbohidrat dan elemen utama dalam pembuatan *donburi* dengan beberapa elemen pendukung seperti protein dengan beberapa macam proses pengolahan, serta sayur-sayuran untuk menyeimbangkan kebutuhan vitamin dan serat dalam tubuh serta *sauce* dengan rasa yang akan dibuat sedekat mungkin dengan rasa *authentic* dari Jepang. Contoh dari beberapa bahan yang akan digunakan untuk pembuatan produk makanan dan minuman dengan rasa *authentic*

Jepang yaitu seperti menggunakan *konbu* (sejenis rumput laut kering dari Jepang untuk pembuatan *dashi* atau kaldu khas Jepang), *katsuobushi* (sejenis irisan daging tuna kering yang diproses melalui pengasapan dari Jepang untuk pembuatan *dashi* atau kaldu khas Jepang), *chuka wakame* (hidangan rumput laut dingin khas Jepang), *chuka kurage* (hidangan ubur-ubur dingin khas Jepang), *kinako* (kedelai kering yang dijadikan bubuk yang biasa digunakan sebagai campuran hidangan penutup khas Jepang).

Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant mempunyai konsep *Japanese authentic foods*, berikut merupakan contoh beberapa menu yang akan disediakan, *chicken karaage don*, *gyu don*, *oyako don*, dan sebagainya. Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant akan menyediakan dua hingga tiga *seasonal menu* yang akan di ganti setiap tiga bulan sekali. Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant juga menyediakan beberapa menu minuman mocktail bernuansa Jepang namun menggunakan sedikit *twist* seperti *lemon matcha*, *hojicha latte*, *ogura matcha*, dan lainnya.

Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant akan mengikuti protokol CHSE yaitu *cleanliness* (kebersihan), *health* (kesehatan), *safety* (keamanan), dan *environment sustainability* (kelestarian lingkungan) dalam menjalankan operasional dalam menjaga kenyamanan dan keamanan pelanggan dari berbagai aspek. Program ini dilakukan dengan cara memberikan produk serta pelayanan yang didukung dengan adanya protokol kesehatan seperti menjaga higienitas produk dan kelengkapan alat

kesehatan yang digunakan oleh para karyawan Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant seperti masker, *face shield*, dan penggunaan disinfektan serta *sanitizer* secara berkala pada area Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant dan para karyawan. Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant akan selalu *maintain* kesehatan para karyawannya dengan melakukan beberapa *test* kesehatan secara berkala untuk mencegah terjadinya penularan penyakit terhadap karyawan lainnya serta terhadap konsumen. Selain itu penyediaan alat untuk mengatasi terjadinya hal-hal yang tidak terduga seperti alat pemadam api untuk mencegah terjadinya kebakaran. Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant juga akan tetap menjaga kelestarian lingkungan yang ada disekitarnya dengan cara mengurangi penggunaan produk berbahan dasar plastik yang sulit terurai dan menggantinya dengan produk berbahan lain yang mudah terurai dan dapat didaur ulang, serta akan meminimalisir *food waste* yang terbuang saat operasional dapur dan *bar*, sebagai contoh penggunaan sisa-sisa potongan dan tulang ayam dan ikan untuk pembuatan kaldu, lalu penggunaan sampah dapur sebagai bahan pembuatan pupuk, dan lainnya.

Dalam sistem *takeaway*, Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant menyediakan dengan *vacuum packaging* agar dapat memperpanjang umur penyimpanan makanan. Di dalam satu *pack* akan berisi 150 gram protein, dapat berupa daging sapi atau daging ayam yang sudah disiapkan setengah matang dalam gaya jepang agar konsumen hanya tinggal memasaknya sebentar, lalu 50 gr sayur-sayuran yang akan disediakan beberapa pilihan, lalu 50 gram *sauce*, serta 250 gram nasi putih yang sudah diolah dengan

gaya jepang menggunakan bumbu-bumbu khas jepang sehingga konsumen hanya tinggal memanaskannya saja.

Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant berlokasi di Kawasan Flavour Bliss 2, Jalan Alam Sutera Boulevard No.9A, Serpong Utara, Tangerang Selatan, Banten. Jam Operasional Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant yaitu mulai dari pukul 09.00 hingga 21.00 WIB disesuaikan dengan batas maksimal waktu operasional restoran di daerah Alam Sutera. Tema Restoran Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant yaitu *vintage Japanese* dimana akan ada banyak ornamen dekorasi yang menggambarkan sisi tradisional dari Jepang. Selain itu akan ada *griddle* yang terdapat di daerah dapur dekat dengan *food bar table* sehingga para *chef* bisa melakukan sedikit atraksi seperti *flambe* dan lainnya sehingga hal tersebut dapat memancing para pengunjung untuk mengabadikan momen tersebut dan mengunggahnya ke dalam media sosial yang secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi Umai Sugiru Japanese Donburi Restaurant.