

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Beberapa tahun belakangan ini, industri penyedia makanan dan minuman merupakan industri yang cukup berkembang pesat, didukung dengan kebutuhan primer manusia yang membutuhkan makanan dan minuman. Hal tersebut membuat permintaan pasar meningkat dalam tempat penyedia makanan dan minuman. Maka dari itu, saat ini terdapat berbagai jenis restoran yang bermunculan di Indonesia. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Restoran, restoran merupakan usaha penyedia jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian pada tempat yang tidak berpindah – pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Restoran tidak hanya dikatakan sebagai tempat penyedia makanan atau minuman, melainkan restoran juga dapat menjadi tempat penyedia kenyamanan dan hiburan melalui keunikan dan pengalaman yang ditawarkan suatu restoran kepada pelanggannya. Banyak orang saat ini yang mencari restoran yang tidak hanya menyediakan makanan yang berkualitas namun juga sekaligus menyediakan hiburan dan pengalaman unik atau dapat disebut dengan *eater-tainment*.

Menurut Walker (2017), keberadaan restoran tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan pokok, namun restoran telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia. Saat ini restoran memiliki peran penting dalam gaya hidup masyarakat, dimana salah satu bentuk representasi gaya hidup manusia adalah dari restoran yang dikunjungi. Selain itu, banyak hal yang mempengaruhi gaya hidup, salah satunya adalah lingkungan. Lingkungan memiliki pengaruh yang besar bagi keadaan masyarakat saat ini, lingkungan seperti kebudayaan dan kecenderungan gaya hidup dapat menjadi aspirasi bagi masyarakat untuk dapat mengubah keadaan hidup sesuai dengan yang mereka inginkan dalam memenuhi kebutuhan

hidupnya. Menurut Suwarman (dalam Listyorini, 2012), gaya hidup merupakan perilaku hidup seseorang yang terlihat dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup juga terlihat dalam cara hidup seseorang dalam menggunakan uang dan waktu yang dimiliki. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang akhirnya akan menentukan perilaku konsumsi seseorang.

Saat ini, perkembangan teknologi informasi sangat jelas terlihat dalam bidang komunikasi dan penyebaran informasi yang semakin mudah. Hal ini sangat mempengaruhi gaya hidup dan minat masyarakat. Gaya hidup dan minat masyarakat akan terus berkembang dan bertambah mengikuti perkembangan zaman yang ada. Perkembangan teknologi ini memberikan banyak keuntungan bagi pemilik usaha dikarenakan penyebaran informasi mengenai suatu usaha dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat melalui media sosial. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi perkembangan industri penyedia makanan dan minuman.

Peningkatan permintaan pasar atas jasa penyedia makanan dan minuman dalam memenuhi gaya hidup modern saat ini cukup memberikan dampak yang sangat besar dalam meningkatnya pendiri usaha restoran. Dapat disimpulkan bahwa restoran tidak dapat terlepas dari gaya hidup modern dari masyarakat saat ini, terutama di kota besar seperti Kota Bandung. Disbudpar memprediksi kunjungan wisatawan ke Kota Bandung akan terus mengalami peningkatan hingga akhir tahun 2022 yang menandakan bahwa wisatawan akan terus bertambah yang akan mempengaruhi gaya hidup masyarakat di Kota Bandung dan berpengaruh pada kekuatan masyarakat dalam mengeluarkan uang semakin besar.

Kota Bandung dikenal dengan istilah "*Paris Van Java*" yang menjadikan Bandung sebagai kota mode yang menjadi pusat perekonomian. Tidak hanya itu, Bandung juga terkenal sebagai kota yang menyediakan beragam tempat wisata yang sangat menarik dan berbagai jenis kuliner. Maka dari itu, banyak sekali wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung untuk menikmati wisata sekaligus berwisata kuliner. Kondisi geografis Kota Bandung yang sejuk, ramai, dan nyaman juga

menjadikan Kota Bandung cocok sebagai daerah bisnis. Dengan gagasan tersebut, Kota Bandung merupakan tempat yang tepat untuk melakukan investasi di bidang kuliner.

Kota Bandung merupakan kota yang memiliki pertumbuhan industri yang sangat pesat dan juga menjadi salah satu kota yang mengalami perubahan gaya hidup. Pertumbuhan ekonomi masyarakat Kota Bandung yang semakin mendekati kehidupan metropolis menyebabkan industri penyedia makanan dan minuman semakin berkembang. Berdasarkan hal tersebut, permintaan pasar meningkat dalam tempat penyedia makanan dan minuman khususnya di daerah Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari data perkembangan Produk Domestik Regional Bruto Kota Bandung Menurut Pengeluaran Tahun 2017-2021 :

TABEL 1
PDRB Kota Bandung Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha
2017-2021 (Juta Rupiah)

Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	188.927,66	189.933,66	186.175,98	173.707,96	171.983,98
Industri Pengolahan	34.753.930,16	36.488.799,29	38.122.860,41	38.204.352,61	39.247.992,14
Pengadaan Listrik dan Gas	165.363,98	170.814,90	173.324,47	159.088,14	168.739,78
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	278.409,85	278.938,80	272.351,74	293.363,04	315.839,82
Konstruksi	15.238.956,14	16.435.135,80	17.476.154,06	15.959.041,90	16.681.869,11
Perdagangan Besar dan Eceran ; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	49.410.000,07	52.177.950,18	55.965.697,71	50.409.940,63	51.772.633,88
Transportasi dan Pergudangan	13.331.526,27	14.444.749,80	14.384.045,64	10.987.441,96	10.756.431,72
Penyedia Akomodasi dan Makan Minum	8.715.422,04	9.483.982,48	9.889.467,25	8.084.902,03	8.179.173,16
Domestik Regional Bruto	172.851.960,77	185.084.175,81	197.642.887,90	193.144.954,01	200.414.034,77

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa industri penyedia makanan dan minuman di Kota Bandung mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Walaupun pada Tahun 2020 sempat mengalami sedikit penurunan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, dimana pemerintah menerapkan pembatasan sosial yang tidak memperbolehkan masyarakat untuk makan di tempat sebagai bentuk antisipasi dan penanganan pandemi. Namun industri penyedia makanan dan minuman berhasil naik kembali pada tahun 2021 hingga saat ini dikarenakan adanya pelonggaran regulasi *new normal* yang membuka kesempatan bagi pebisnis kuliner untuk membuka usahanya dan ini membuktikan bahwa industri penyedia makanan dan minuman seperti restoran itu tidak ada matinya dan terus memiliki peluang bisnis yang besar.

Dapat diketahui bahwa saat ini bisnis kuliner saat ini dipenuhi berbagai macam produk makanan, mulai dari makanan ringan hingga makanan penutup. Banyak tempat makan yang bermunculan dan bervariasi dari mulai dari usaha kecil menengah yang sederhana hingga restoran yang mewah. Hal tersebut menyebabkan persaingan dalam industri makanan dan minuman sangat ketat dan pengusaha kuliner perlu menunjukkan keunggulan yang dimiliki dari usahanya untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dalam berbagai aspek seperti produk, pelayanan, lokasi, *ambience*, dan fasilitas. Selain itu, penting bagi bisnis kuliner untuk memiliki ciri khas dalam menawarkan produk makanan yang unik dan trendi serta menawarkan variasi produk makanan yang menarik dengan cara yang menyegarkan dari jenis produk makanan yang biasa dikonsumsi pelanggan dengan tujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan menarik hati pelanggan untuk dapat datang kembali ke restoran serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

TABEL 2
Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan Menurut Kota di Provinsi Jawa Barat (Rupiah), 2020 dan 2021

Kota	Makanan				Total Kenaikan (%)
	2018	2019	2020	2021	
Bandung	764.646,00	769.858,83	825.379,50	866.068,19	13.2%

Sumber : Badan Pusat Statistik 2021

Dapat dilihat dari Tabel 2 diatas, rata-rata pengeluaran masyarakat Kota Bandung untuk makanan mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Kota Bandung memiliki kekuatan dalam mengeluarkan uang yang cukup besar terhadap pembelian makanan. Salah satu gaya hidup yang cukup populer dengan kekuatan dalam mengeluarkan uang yang besar adalah *fine dining*.

Fine dining restaurant merupakan salah satu jenis restoran yang sedang berkembang pesat saat ini. Banyak restoran dengan konsep *fine dining* bermunculan di Indonesia dengan berbagai keunggulan yang dimiliki. Masing-masing restoran memiliki keunggulan dalam menyajikan makanan yang berkualitas tinggi dengan inovasi yang sangat menarik dan tentunya dengan harga yang sesuai dengan kualitas dan pengalaman yang akan diberikan. Restoran *fine dining* merupakan jasa penyedia makanan dan minuman yang dioperasikan secara komersial dan profesional dengan layanan eksklusif. Restoran *fine dining* juga merupakan konsep restoran yang menawarkan suasana mewah dan pelayanan yang berkelas. Restoran *fine dining* umumnya menawarkan standar yang tinggi dalam semua aspek *food and beverages*. Seperti kualitas yang tinggi pada produk makanan dan minuman, pelayanan yang berkelas, fasilitas dengan kualitas tinggi, hingga desain restoran yang mewah dan menarik. Restoran *fine dining* tidak hanya menawarkan cita rasa, namun juga menonjolkan pengalaman yang akan didapatkan oleh pelanggan dalam restoran tersebut. Setiap detail terkecil akan dilihat mulai dari penyajian porsi makanan, alat makan, dan atmosfer dari suatu restoran.

Restoran dengan konsep *fine dining* dapat terlihat dari konsep restorannya dan juga dekorasinya yang berkualitas tinggi yang memiliki kesan mewah dan ingin menciptakan suasana yang elegan dan nyaman. Restoran ini memiliki sumber daya manusia yang telah terlatih untuk dapat memberikan pelayanan yang sempurna kepada pelanggan. Restoran *fine dining* memiliki Standar Operasional Prosedur khusus yang akan digunakan dalam pelaksanaan operasional restoran. Para server akan menggunakan pakaian yang formal dan telah terlatih untuk dapat melayani

tamu dalam restoran *fine dining*. Chef yang profesional dan berpengalaman juga akan berpartisipasi langsung dalam membuat dan mengarahkan semua kru untuk menyajikan sajian terbaik ke atas meja pelanggan. Tidak hanya itu, visualisasi dari sajian juga akan ditata dan dihias sedemikian rupa agar terlihat berkelas dan menarik. Cita rasa dan kualitas dari produk juga akan sangat diperhatikan dengan penggunaan bahan-bahan yang berkualitas. Selain itu, restoran *fine dining* memiliki aturan tersendiri yang harus dipatuhi oleh setiap pelanggan, seperti diwajibkan berpakaian formal dan penerimaan pelanggan dengan sistem reservasi.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk membuka usaha sejenis yaitu THE RAINFOREST sebagai salah satu pelengkap dari berbagai macam pilihan kuliner di Kota Bandung. Mengingat bahwa di Kota Bandung masih sangat jarang restoran yang memiliki konsep *fine dining*, penulis yakin bahwa THE RAINFOREST akan menjadi salah satu restoran *fine dining* yang unggul di Kota Bandung. Nama 'THE RAINFOREST' diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti 'hutan hujan' yang merupakan hutan lebat yang terdiri dari banyak pepohonan tinggi dengan iklim yang basah. Berdasarkan pengertian tersebut, maka akan dibangun suatu restoran dengan nuansa hutan hujan tropis yang akan di dekorasi dengan *indoor plant* dan *fog machine* yang akan menciptakan suasana seperti di dalam hutan hujan. Seluruh aspek mulai dari desain interior, bangunan, dekorasi, serta visualisasi produk akan dibangun sesuai dengan tema yang akan memberikan pelanggan pengalaman baru dalam menikmati hidangan dalam suatu restoran dengan suasana hutan namun tetap bergaya elegant.

THE RAINFOREST memiliki restoran dengan '*Open Kitchen and Bar*' yang merupakan konsep dimana para pelanggan dapat melihat secara langsung proses pembuatan makanan dan minuman yang telah dipesan. Maka dari itu, THE RAINFOREST akan sangat ketat dalam menjaga kebersihan, kerapian, dan kehygienisan dalam proses pembuatan hidangan agar mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan. Sekaligus membuktikan bahwa THE RAINFOREST tidak hanya menawarkan hidangan dengan cita rasa yang enak dan menarik, namun juga

menawarkan kebersihan yang terjamin dalam proses pembuatan hidangan yang akan disajikan.

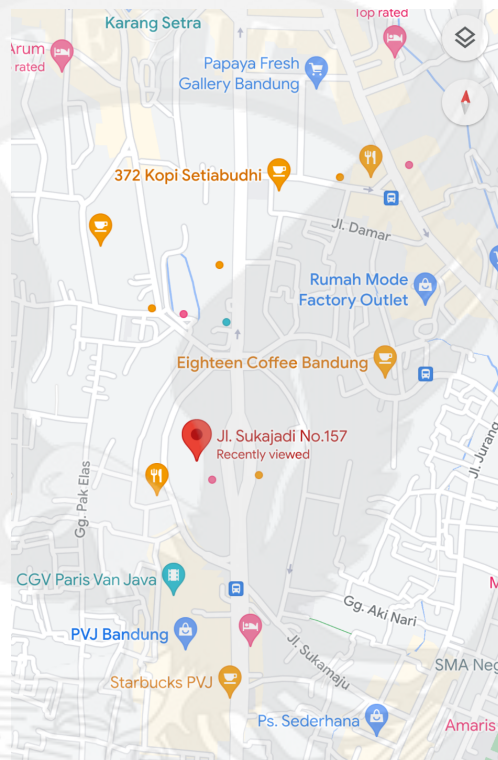
Menurut Rina Safitri (2012), penelitian menyimpulkan bahwa restoran dengan jenis hidangan western merupakan restoran yang memiliki perkembangan yang sangat pesat dan paling banyak disukai dalam usaha restoran. Maka dari itu, THE RAINFOREST menyajikan hidangan dari masakan eropa (*western food*) yang banyak disukai oleh masyarakat. Restoran ini menawarkan menu a la carte dan *set menu*. Setiap menunya akan memiliki visualisasi yang unik dan menarik menyesuaikan dengan konsep dari THE RAINFOREST yaitu *rainforest*. *Set menu* yang ditawarkan di THE RAINFOREST ini merupakan seasonal menu yang akan memiliki tema yang unik dan baru pada setiap seasonnya. Seasonal menu ini akan berlangsung mengikuti lama waktu pergantian musim di Indonesia. Untuk menu, THE RAINFOREST menggunakan menu digital yang tersedia dalam tablet yang akan diberikan kepada setiap pelanggan agar proses pemilihan hidangan menjadi lebih efektif dan efisien.

Pelanggan restoran fine dining pasti memiliki ekspektasi yang besar terhadap kualitas pelayanan dan cita rasa makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang telah dibayarkan. Maka dari itu, THE RAINFOREST menggunakan bahan-bahan berkualitas untuk menjamin kualitas dari produk makanan dan minuman yang disajikan. Selain itu kualitas pelayanan juga merupakan hal penting yang harus dimiliki suatu restoran khususnya *fine dining*. Seluruh sumber daya manusia yang bekerja harus memiliki pengalaman dalam restoran *fine dining*, pengetahuan dasar atas makanan dan minuman, dan melayani penuh tamu mulai dari menginjakkan langkah pertama ke dalam restoran hingga tamu selesai makan dan meninggalkan restoran sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan. Hal ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dan memberikan pengalaman terbaik untuk para pelanggan.

Adapun pemilihan lokasi, penulis berencana restoran ini akan mengambil lokasi di Kota Bandung. Tepatnya di Jalan Sukajadi No. 157 yang merupakan kawasan strategis Kota Bandung. Jalan Sukajadi

merupakan salah satu lokasi yang berada dalam pusat bisnis Kota Bandung, tepatnya terletak berdekatan dengan pusat wisata di Bandung yaitu Mall Paris Van Java, berbagai tempat penginapan atau hotel, dan *factory outlet*. Selain itu lokasi ini memiliki letak di jalan raya dengan akses jalan 1 arah yang pasti akan dilewati oleh banyak orang. Hawa sejuk dan dingin juga mendukung konsep restoran dan menjadikan Bandung merupakan lokasi yang tepat.

GAMBAR 1
Peta Lokasi Jalan Sukajadi No. 157, Bandung



Sumber: (Peta Google, 2022)

Desain bangunan memiliki peran yang penting dalam suatu bisnis. Keunggulan dalam desain bangunan akan menjadi salah satu penentu dan nilai tambah bagi pelanggan untuk datang ke suatu tempat. Maka dari itu, penulis akan membuat desain bangunan dengan konsep yang sangat unik dan baru yaitu “*lush green tropical forest*” yang akan bernuansa alam dengan balutan berbagai desain pohon dan tumbuhan yang akan memberikan pengalaman makan bernuansa hutan namun tetap memiliki kesan yang modern dan mewah. Konsep bagian tampak luar bangunan dari THE RAINFOREST akan berkonsep *luxury modern* namun tetap

memfokuskan pada desain interior bagian dalam dari restoran sehingga menghasilkan *ambience* yang sesuai dengan konsep restoran. THE RAINFOREST juga menghadirkan berbagai spot foto untuk para pelanggan agar dapat mengabadikan momen saat berada di THE RAINFOREST dan dapat membagikannya di *social media*. Hal ini sekaligus dapat mendukung tim marketing dari THE RAINFOREST dalam segi promosi agar restoran ini dapat dikenal masyarakat lebih luas lagi.

Suatu usaha restoran tidak terlepas dengan adanya fasilitas pendukung yang ditujukan untuk kenyamanan pelanggan. Fasilitas lainnya (*added value*) yang akan diberikan yaitu ruangan ber-AC, wi-fi, sound system, dan toilet yang bersih dan nyaman. Penulis yakin bahwa proyek usaha ini akan memiliki prospek yang baik untuk kedepannya didukung dengan konsep yang unik dan jarang ditemui di Kota Bandung.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan utama dari studi kelayakan yaitu untuk mengetahui suatu ide bisnis dapat dilaksanakan atau tidak. Suatu rencana bisnis akan dapat disusun untuk mendapatkan dukungan keuangan setelah ide bisnis dinyatakan layak (Wizznotes, 2017).

Studi kelayakan dilakukan terhadap THE RAINFOREST dengan tujuan untuk menganalisis rencana bisnis dari usaha restoran ini layak atau tidak untuk dijalankan. Perencanaan bisnis ini ditujukan untuk meminimalisir kerugian yang akan dihadapi setelah usaha ini dijalankan. Pelaksanaan bisnis akan lebih mudah dijalani ketika penelitian telah dilakukan sebelumnya agar pelaksanaan bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana, target, dan berbagai aspek bisnis lainnya.

Maka melalui studi kelayakan bisnis ini, diharapkan dapat mengetahui peluang dan hambatan yang akan dihadapi dalam proses pembuatan restoran tersebut. Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini mencakup dua tujuan yang terdiri dari tujuan utama (*major objective*) dan sub tujuan (*minor objective*).

1. Tujuan Utama (*major objective*)

Menurut Sunyoto (2014), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan.

Studi kelayakan bisnis ini dapat digunakan untuk melihat layak atau tidaknya sebuah bisnis dari berbagai macam sudut aspek. Berikut ini adalah aspek-aspek yang berhubungan dengan usaha restoran THE RAINFOREST:

- a. Menjadi bahan pertimbangan untuk investor agar menanamkan modal dan bahan pertimbangan kreditur untuk memberikan pinjaman modal pada usaha THE RAINFOREST.
- b. Untuk mengetahui kelayakan bisnis THE RAINFOREST dan meminimalisir resiko yang mungkin terjadi. Berikut merupakan aspek-aspek yang ditinjau :

1) Aspek Pemasaran

Tujuan aspek pemasaran dalam studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST adalah :

- a) Untuk mengetahui permintaan dan kebutuhan pasar melalui survei seperti tren pasar, proyeksi permintaan pasar, dan proyeksi pertumbuhan.
- b) Untuk menentukan segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar.
- c) Untuk menganalisis bauran pemasaran yang terdiri dari 8p yaitu *product, place, people, place, promotions, programming, packaging, dan partnership*.
- d) Untuk mengetahui penawaran pasar yang terkait dengan produk dan jasa layanan.
- e) Untuk menganalisis aspek sosial, ekonomi, legal, politik, lingkungan hidup, serta teknologi yang diperlukan oleh suatu bisnis.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST dalam aspek pemasaran adalah agar bisnis ini dapat menerapkan cara pemasaran yang tepat untuk menjangkau segmen pasar yang tepat dengan cara yang efektif dan efisien sehingga THE RAINFOREST dapat ramai dikunjungi oleh pelanggan dan dapat memperluas bisnis dalam periode waktu yang cepat.

2) Aspek Operasional

Tujuan aspek operasional dalam studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST adalah :

- a) Untuk menentukan segala macam aktivitas yang akan dilakukan.
- b) Untuk menentukan pemilihan lokasi yang tepat.
- c) Untuk menganalisis dalam pemilihan teknologi yang digunakan.
- d) Untuk menentukan berbagai fasilitas yang akan digunakan.
- e) Untuk menganalisis hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas.
- f) Untuk menentukan perhitungan kebutuhan ruang fasilitas.

Tujuan utama studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST dalam aspek operasional adalah agar THE RAINFOREST dapat menerapkan sistem operasional yang tepat dalam penggunaan peralatan hingga teknologi yang sesuai sehingga restoran ini dapat memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman tak terlupakan bagi para pelanggan.

3) Aspek organisasi atau SDM

Tujuan aspek organisasi atau SDM dalam studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST adalah :

- a) Untuk menentukan struktur organisasi beserta dengan pembagian pekerjaan yang sesuai.
- b) Untuk menganalisis proses rekrutmen, seleksi, orientasi, hingga program pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia.

- c) Untuk menganalisis aspek yuridis seperti pengurusan legalitas bisnis (identitas pelaksana bisnis, lokasi pendirian, peraturan perundang-undangan).

Tujuan utama studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST dalam aspek organisasi dan sumber daya manusia adalah agar THE RAINFOREST dapat menentukan struktur organisasi dengan pembagian pekerjaan yang tepat agar masing-masing karyawan dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik sehingga kegiatan dalam bisnis ini dapat berjalan dengan lancar. Selain itu, aspek ini memiliki tujuan agar karyawan THE RAINFOREST dapat bersama-sama berkembang menjadi semakin unggul dalam keahlian dan pengetahuan melalui proses pelatihan dan kegiatan lainnya.

4) Aspek Keuangan

Tujuan dari aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST yaitu :

- a) Untuk menentukan sumber dana.
- b) Untuk menentukan perkiraan biaya operasional.
- c) Untuk menentukan proyeksi neraca.
- d) Untuk menentukan proyeksi rugi laba.
- e) Untuk menentukan proyeksi arus kas dalam suatu periode tertentu.
- f) Untuk menentukan proyeksi titik impas (*break event point*).
- g) Untuk menentukan penilaian investasi.
- h) Untuk menganalisis rasio laporan keuangan.
- i) Untuk menganalisis manajemen risiko.

Tujuan Utama studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST dalam aspek keuangan adalah agar THE RAINFOREST memperoleh keuntungan atau laba yang banyak dan peningkatan laba yang konsisten kedepannya.

2. Sub Tujuan (*minor objective*)

Sub Tujuan (*minor objective*) dari didirikannya THE RAINFOREST adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menambah lapangan kerja baru di Kota Bandung.
- b. Memberikan pengalaman baru dalam menyantap makanan dan minuman dalam restoran dengan konsep *theme restaurant* dengan tema rainforest dan dekorasi yang masih jarang ditemukan di Kota Bandung.
- c. Membantu meningkatkan perekonomian dan pendapatan Kota Bandung melalui sektor penyedia makanan dan minuman.
- d. Menarik perhatian masyarakat di sekitar Kota Bandung hingga luar kota untuk dapat berkunjung ke Kota Bandung sekaligus meningkatkan pendapatan regional.

C. Metodologi

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Ketersediaan data yang *valid* dan *reliable* sangat diperlukan untuk mendapatkan data yang akurat. Pencarian data juga merupakan hal yang sangat penting, karena data-data yang terkumpul akan digunakan sebagai acuan dalam menyusun studi kelayakan bisnis. Dalam penyusunan studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST, penulis mendapatkan dua sumber data yaitu data primer yang didapatkan dari hasil kuesioner dan data sekunder yang didapatkan dari kajian pustaka. Berikut merupakan uraian mengenai teknik pengumpulan data berdasarkan jenis datanya :

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), data primer adalah :

Primary data refer to information obtained first-hand by the researcher on the variable of interest for specific purpose of the study.

Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari tangan pertama oleh peneliti tentang variabel yang diminati untuk tujuan yang penelitian tertentu dalam suatu studi. Pengumpulan data primer dapat

diperoleh dengan beberapa cara seperti : menyebarkan kuesioner, observasi, dan wawancara.

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), kuesioner adalah :

A questionnaire is a pre-formulated written set of question to which responden record their answer, usually within rather closely defined alternatives.

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden mencatat jawaban mereka, biasanya dijadikan sebagai alternatif untuk mendapatkan informasi.

Metode survei dengan kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai minat pasar atas rencana studi kelayakan bisnis restoran ini. Metode penyebaran kuesioner yang akan digunakan adalah menggunakan metode *Electronic and Online Questionnaires*. Metode *Electronic and Online Questionnaire* menggunakan teknologi internet (melalui tautan/link) dalam menyebarkan kuesioner. Dengan tujuan penyebaran kuesioner menjadi lebih cepat dan praktis. Penyebaran kuesioner akan menggunakan *google form*. Kuesioner ini akan terbagi menjadi 3 bagian pertanyaan, bagian pertama untuk mengetahui profil responden berupa data demografi, kondisi pasar, lalu bagian dua merupakan perilaku responden sementara bagian ketiga berisi baur pemasaran yang terdiri dari 8p yaitu *product, price, place, promotion, people, packaging, programming, dan partnership*.

1) Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi merupakan totalitas setiap elemen yang akan diteliti seperti dapat berupa individu, kelompok, peristiwa, dan sesuatu yang akan diteliti memiliki ciri yang sama. Penulis membatasi ruang lingkup populasi masyarakat dalam penyusunan studi kelayakan THE RAINFOREST ini. Populasi yang digunakan dalam penelitian

ini adalah masyarakat Provinsi Jawa Barat dan berdomisili di Kota Bandung.

2) Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *sampling* adalah :

The process of selecting the right individuals, object, or events as representatives for the entire population is known as sampling.

Sampling merupakan proses pemilihan objek, individu, atau acara yang tepat untuk mewakili seluruh populasi. Terdapat dua jenis *sampling* yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* merupakan *sampling* yang dilakukan ketika populasi telah ditentukan sebagai subjek dari sampel yang akan ditentukan. Sedangkan *non probability sampling* akan dilakukan saat elemen yang terdapat dalam populasi tidak dapat dijadikan subjek.

Probability sampling terdiri dari beberapa teknik *sampling*, yaitu:

a) *Simple Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Simple Random Sampling* merupakan metode yang dimana setiap elemennya memiliki kesempatan yang sama untuk dapat digunakan sebagai sampel.

b) *Complex Probability Sampling*

1) *Systematic Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Systematic Sampling* merupakan metode yang memilih elemen dalam suatu populasi secara acak.

2) *Stratified Random Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Stratified Random Sampling* merupakan metode yang membagi populasi ke beberapa segmen lalu mengambil subjek dengan jumlah aslinya.

3) *Cluster Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Cluster Sampling* merupakan metode yang membagi kelompok dengan anggota yang berbeda-beda lalu akan dipilih lagi secara acak.

4) *Area Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Area Sampling* merupakan metode yang sama dengan *Cluster Sampling* namun dilakukan pada suatu wilayah tertentu.

Sedangkan Non probability sampling terdiri dari :

a) *Convenience Sampling*

Convenience Sampling merupakan metode yang didapatkan dengan pengukuran sampel dari elemen populasi yang datanya relatif mudah untuk diperoleh (Sekaran dan Bougie, 2016).

b) *Purposive Sampling*

1) *Judgement Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013) *Judgement Sampling* merupakan metode yang memilih subjek berdasarkan keahlian dalam subjek yang diteliti.

2) *Quota Sampling*

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), *Quota Sampling* merupakan metode yang memilih subjek dari kelompok yang telah ditargetkan berdasarkan kuota. .

Berdasarkan hal tersebut, maka THE RAINFOREST menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* sebagai metode dalam pengambilan sampel yang diperlukan. Penyebaran kuesioner akan dilakukan di wilayah Kota Bandung dengan sampel yang dipilih yaitu masyarakat Kota Bandung yang senang berkunjung

ke restoran *fine dining*. THE RAINFOREST menggunakan teknik ini dikarenakan untuk mendapatkan hasil data yang tepat serta jumlah sampel akan ditentukan sebanyak jumlah pertanyaan kuesioner dikali 5 untuk mendapatkan hasil yang *valid* dan *reliabel*.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2013), data sekunder adalah:

Secondary data refer to information by someone other than the researcher conducting the current study.

Data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan oleh orang lain terlebih dahulu selain peneliti yang melakukan studi.

a. Jenis dan Sumber Data Sekunder

Pada studi kelayakan bisnis ini, penulis mendapatkan sumber data sekunder melalui pencarian data secara manual melalui karya ilmiah dan buku, serta melakukan pencarian data melalui internet seperti melalui website resmi, publikasi jurnal ilmiah, dan buku referensi. Selain itu, data sekunder juga digunakan sebagai pegangan yang membuktikan bahwa bisnis restoran ini dapat berkembang. Data lain juga didapatkan dari fasilitas perpustakaan yang dimiliki Universitas Pelita Harapan untuk mendapatkan sumber informasi yang diperlukan dalam pembuatan studi kelayakan bisnis ini.

b. Aplikasi Data Sekunder

Semua data sekunder yang telah didapatkan digunakan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh oleh peneliti. Selain itu data yang telah diperoleh juga digunakan sebagai bahan dan referensi dalam menganalisis studi kelayakan bisnis THE RAINFOREST.

c. Cara Pengumpulan Data Sekunder

Data yang diperlukan akan dikumpulkan terlebih dahulu kemudian akan dikelompokkan berdasarkan jenis informasi

yang diperlukan. Setelah semua data yang diperlukan terkumpul, data tersebut akan mulai disusun dan dianalisis untuk kepentingan studi kelayakan bisnis. Analisis data dilakukan untuk dapat menentukan apakah suatu data dapat menghasilkan teori yang mendukung atau tidak. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan keakuratan data yang valid dan reliabel.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Usaha Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

2. Pengertian Restoran

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 22 tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran, usaha restoran adalah :

Usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.

Selain itu, menurut Walker (2017), restoran merupakan tempat yang menyajikan makanan dan minuman untuk dibeli.

Berdasarkan teori diatas penulis menyimpulkan bahwa restoran merupakan tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dibeli dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

3. Sejarah Restoran

Menurut Marsha (2013), sejarah restoran dimulai sekitar pada tahun 1765, pada masa Revolusi Perancis. Kisah restoran ini berawal dari seorang chef Prancis bernama Monsieur Boulanger, yang konon merupakan chef pertama yang membuka restoran otentik di Paris, Prancis. Sejak saat itu, industri restoran mulai tumbuh dan berfungsi dengan baik, namun gaya memasak para koki restoran saat itu tetap tradisional. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 1847-1935, konsep

memasak yang modern mulai dikenal dan berkembang. Konsep memasak modern itu dikenalkan oleh chef hebat asal Prancis yaitu George Auguste Escoffier. Sejak saat itu banyak resepnya digunakan sebagai panduan teknik memasak dasar di seluruh dunia. Sejak saat itu, industri restoran mengalami perkembangan pesat dari waktu ke waktu. Hal inilah yang kemudian menjadi cikal bakal restoran modern seperti yang kita kenal sekarang ini.

4. Jenis-Jenis Restoran

Menurut (Walker, 2014), restoran dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori yaitu :

a. *Chain or Independent Restaurant*

Chain or Independent Restaurant merupakan restoran dimana konsep restoran akan ditentukan secara bebas oleh pemilik restoran. Selain itu dekorasi dan layout restoran, jenis makanan yang akan dijual, harga jual, dan lainnya juga akan ditentukan oleh pemilik restoran.

b. *Franchise Restaurant*

Franchise Restaurant atau restoran waralaba merupakan restoran yang dimiliki oleh individu atau perusahaan yang berperan sebagai penerima waralaba setelah mendapatkan hak untuk menjalankan sebuah merek restoran dari pemilik restoran yang berperan sebagai pemberi waralaba. Penerima waralaba memiliki kewajiban dalam membayar *franchising fee*, *royalty fee*, dan *advertising fee* yang jumlahnya telah ditentukan oleh pemilik restoran untuk dapat menerima hak waralaba.

c. *Sandwich Shops*

Sandwich Shops merupakan restoran yang menyajikan berbagai menu sandwich dengan berbagai pilihan roti dan topping yang dapat disajikan panas atau dingin. Selain itu, restoran ini juga menyediakan aneka menu pelengkap seperti sup, kue, dan pilihan minum panas atau dingin.

d. *Quick-service Restaurant*

Quick-service Restaurant merupakan restoran yang memiliki fokus untuk dapat menyajikan makanan dengan waktu secepat mungkin kepada pelanggan. Restoran ini biasanya memiliki menu yang terbatas dan mewajibkan pelanggannya untuk melakukan pembayaran langsung setelah pemesanan makanan dilakukan.

e. *Quick Casual Restaurant*

Quick Casual Restaurant merupakan restoran yang menggabungkan konsep pelayanan cepat dengan casual dining. Restoran ini biasanya menggunakan bahan makanan yang segar dan berkualitas tinggi, diikuti dengan pelayanan yang terbatas atau tergolong self-service.

f. *Family Restaurant*

Family Restaurant merupakan restoran dengan konsep non-formal yang menawarkan berbagai pilihan makanan dan pelayanan yang sederhana dan menarik bagi pelanggan untuk datang bersama keluarga dan rekan. Selain itu restoran ini biasa terletak di daerah yang strategis dan mudah terjangkau.

g. *Casual restaurant*

Casual restaurant sangat populer dikarenakan berkembangnya gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih santai. Restoran ini menawarkan menu makanan yang khas, menu bar yang unik, dan suasana dan dekorasi yang nyaman bagi pelanggan.

h. *Fine-Dining Restaurant*

Fine-dining Restaurant merupakan restoran dengan konsep formal yang menyajikan pilihan makanan dan minuman serta pelayanan dengan standar yang tinggi. Umumnya para pelanggan datang ke restoran fine dining untuk acara-acara spesial seperti ulang tahun, pernikahan, atau urusan bisnis.

i. *Hotel Restaurant*

Restoran ini umumnya terdapat di dalam sebuah hotel yang menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman dan dilengkapi dengan dekorasi, penataan meja, dan pelayanan yang

elegan. Restoran ini memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan hotel akan makanan, secangkir kopi, atau bahkan minuman beralkohol seperti cocktail.

j. Steakhouses

Steakhouses merupakan restoran yang menyajikan steak sebagai menu utama dan juga menyediakan beberapa pilihan makanan dan minuman lain yang terbatas. Restoran ini memiliki target pasar yaitu para penyuka steak.

k. Seafood Restaurant

Restoran ini merupakan restoran yang menyajikan berbagai pilihan makanan yang berbahan dasar hewan laut.

l. Ethnic Restaurant

Ethnic Restaurant menawarkan makanan khas dari suatu daerah atau negara tertentu yang dilengkapi dengan musik dan dekorasi yang menggambarkan suasana di daerah atau negara tersebut.

m. Theme Restaurant

Theme Restaurant merupakan restoran yang memiliki konsep dan tema yang unik dan menyenangkan seperti olahraga, film, karakter kartun dan masih banyak lagi.

n. Coffee Shops

Coffee Shops memiliki menu utama yaitu berbagai minuman yang berbahan dasar kopi. Selain itu menyajikan menu pelengkap seperti beragam jenis teh dan makanan ringan.

o. Chef-owned Restaurant

Restoran ini biasanya didirikan oleh seorang chef yang telah berpengalaman di bidang kuliner dan menjalin kerja sama dengan pihak yang memiliki ketertarikan, pengalaman, dan motivasi tinggi dalam dunia food and beverages.

p. Celebrity Chefs Restaurant

Restoran ini biasa didirikan oleh chef terkenal. Biasanya chef ini terkenal karena sering tampil di televisi atau menciptakan buku resep.

q. *Centralized Home Delivery Restaurant*

Restoran ini merupakan restoran yang menyediakan sistem pelayanan yang berfokus pada layanan pesan antar. Biasanya makanan dapat dipesan melalui internet, kemudian makanan yang dipesan akan segera diproses dan diantarkan ke alamat pembeli.

5. Tipe Cara Penyajian

Menurut Sondra dan Kurt (2010), *French Service* adalah jenis layanan formal yang berasal dari bangsawan Eropa dan saat ini dinikmati oleh segelintir orang yang mampu menyediakan waktu dan biaya untuk makanan yang disajikan dengan layanan ini. Jenis layanan ini digunakan di restoran kelas atas, hotel, kapal pesiar, *resort*, dan kasino.

6. Definisi dan Jenis-jenis Menu

Kata “menu” berasal dari bahasa Perancis yaitu “*Le Menu*” atau dalam bahasa Inggris disebut “*Bill of Fare*” yang memiliki arti yaitu daftar makanan yang disajikan dalam suatu restoran kepada pelanggannya. Menu biasanya dilengkapi dengan gambar dan harga untuk menarik pelanggan dan menambah nilai terhadap makanan yang tersedia.

Menurut Walker (2017), aspek terpenting dalam suatu restoran adalah menu, karena menu wajib memiliki konsep yang dapat memenuhi ekspektasi dan keinginan pelanggan. Menu terbagi menjadi enam jenis, yaitu :

a. *A la Carte*

A la Carte merupakan menu yang menampilkan daftar harga dari masing-masing makanannya sehingga pelanggan bebas untuk memilih hidangan sesuai dengan harga dan item yang diinginkannya.

b. *Table D’Hote*

Table D’Hote merupakan menu yang biasanya terdiri dari beberapa jenis kelompok makanan dengan satu harga yang pasti.

c. *Du Jour Menus*

Du Jour Menus merupakan menu yang memiliki sajian makanan yang berbeda setiap harinya (*menu of the day*).

d. *Tourist Menu*

Tourist Menu merupakan menu yang memiliki tujuan untuk dapat menarik perhatian wisatawan saat berkunjung ke suatu restoran.

e. *California Menu*

California Menu merupakan menu yang terbagi berdasarkan waktu penyajian (pagi, siang, malam). Pada setiap waktunya memiliki jenis sajian makanan yang berbeda, namun pelanggan tetap dapat memesan hidangan yang tidak tersedia dalam menu.

f. *Cyclical Menu*

Cyclical Menu merupakan menu yang berkaitan erat dengan kuliner catering. Menu ini memiliki sajian makanan yang terus berulang dalam jangka waktu tertentu.

7. Aplikasi Konsep Pada Usaha

Berdasarkan tinjauan konseptual yang telah dipaparkan di atas, THE RAINFOREST termasuk dalam usaha pariwisata yang bergerak dalam industri penyedia makanan dan minuman. THE RAINFOREST merupakan salah satu restoran *fine dining* yang memiliki konsep *theme restaurant* dengan tema *rainforest*. THE RAINFOREST akan memberikan nuansa baru bagi para pelanggan dalam menikmati hidangan dalam suatu restoran dengan suasana hutan dan alam namun tetap bergaya elegant. THE RAINFOREST menyajikan hidangan yang dari masakan barat (*western food*). Restoran ini memiliki jenis pelayanan *Table Service* yaitu *French Service* dimana tamu hanya perlu duduk dan akan dilayani penuh oleh para server.

Adapun jenis menu yang digunakan oleh THE RAINFOREST yaitu menu *a la carte* dan *table d'hote*. Menu yang ditawarkan akan bervariasi dan unik menyesuaikan dengan konsep restoran. Menu *a la carte* dalam restoran ini akan memiliki banyak

pilihan dengan harga yang berbeda-beda tiap jenisnya. Sedangkan menu *table d'hote* pada restoran ini menawarkan *seasonal set menu* yang terdiri dari susunan hidangan lengkap mulai dari *appetizer*; *main course*, hingga *dessert* dan memiliki satu harga yang tetap untuk keseluruhan *set menu* tersebut. Lama pergantian *seasonal set menu* memiliki jangka waktu menyesuaikan dengan musim di Indonesia. Maka dari itu, pelanggan bebas memilih hidangan sesuai selera dan akan membayar sesuai dengan harga item yang telah dipesan.

THE RAINFOREST mulai beroperasi dari jam makan siang 12.00 hingga malam jam 22.00. Restoran ini akan berlokasi di Jalan Sukajadi No. 157 yang termasuk dalam kawasan strategis untuk bisnis di Kota Bandung. Jalan Sukajadi merupakan salah satu lokasi yang berada dalam pusat bisnis Kota Bandung, tepatnya terletak berdekatan dengan pusat wisata di Bandung yaitu Mall Paris Van Java dan memiliki letak di jalan raya dengan akses jalan 1 arah yang pasti akan dilewati oleh banyak orang.

Adapun desain bangunan dari THE RAINFOREST akan mengambil konsep desain yang sangat unik dan baru yaitu "*lush green tropical forest*" yang akan bernuansa alam dengan balutan berbagai desain pohon dan tumbuhan yang akan memberikan pengalaman makan bernuansa hutan namun tetap memiliki kesan yang modern dan mewah dengan penggunaan material marmer dengan *finishing glossy*. Desain bagian tampak luar bangunan dari THE RAINFOREST akan berkonsep *modern luxury* namun tetap memfokuskan pada desain interior bagian dalam dari restoran sehingga menghasilkan *ambience* yang sesuai dengan konsep restoran.