

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata adalah industri yang akan selalu maju dan berkembang. Pada masa sekarang ini, industri pariwisata di dunia merupakan salah satu industri yang bertumbuh dan berkembang secara pesat, begitu pula industri pariwisata di Indonesia. Menurut *Peraturan Daerah Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Banten Nomor 6 Tahun 2018 – 2025 tentang Penyelenggaraan Usaha Pariwisata (Indonesia)* mengatakan bahwa pariwisata mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan, yang bersifat multidimensi dan multidisiplin, yang timbul sebagai ekspresi kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, penduduk setempat, wisatawan lain, pemerintah, otoritas daerah, dan pelaku bisnis. Menurut penjelasan tersebut, tempat-tempat seperti penginapan, hotel, wahana wisata, hingga bisnis makanan dan minuman seperti restoran, kafe, dan lainnya. Menurut Mezni (2019), industri perhotelan dan pariwisata mencakup akomodasi, transportasi, hiburan dan atraksi, seluruh bisnis makanan dan minuman, jasa pariwisata, acara dan konverensi, bisnis retail, serta wisata petualangan dan rekreasi.

Studi kelayakan bisnis yang dilakukan adalah bisnis kafe yang memfokuskan penjualannya pada minuman kesehatan yang dicampur dengan arang aktif (*infused with activated charcoal*).

Ide bisnis ini dipilih dengan maraknya berita mengenai kadar polusi di daerah Tangerang yang semakin tinggi. Polusi udara di Tangerang sekarang sangat buruk jika dilihat dari akhir tahun 2023 hingga pertengahan 2024 ini terutama di daerah Tangerang Selatan dan sekitarnya. Menurut data yang diberikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2024), level AQI (*Air Quality Index*) sudah berada di level tidak sehat dan rakyat di himbau untuk menggunakan masker saat keluar rumah.

Berikut terdata level AQI daerah Tangerang Selatan dan sekitarnya yang di pantau dengan *real-time* oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Indonesia pada November 2023 dan pada Juli 2024.

GAMBAR 1
Level AQI di daerah BSD, Tangerang Selatan



Sumber: IQAir.com (2024)

GAMBAR 2
Pengertian Level AQI

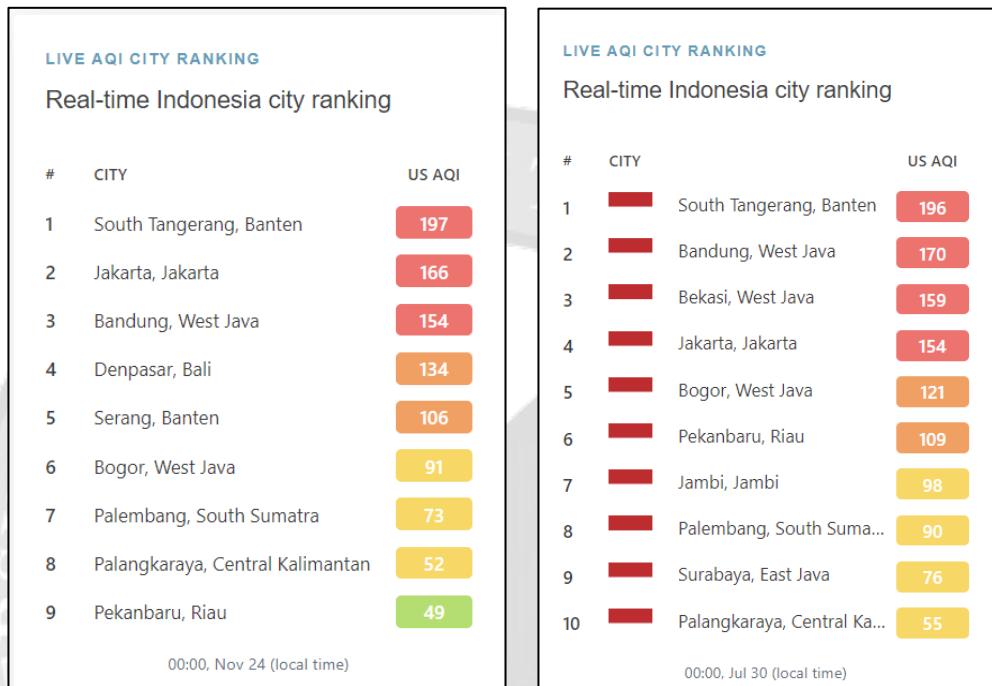
AQI	Level Polusi Udara
<50	Baik
51 -100	Moderat
101-150	Tidak sehat untuk kelompok sensitif
151-200	Tidak sehat
201-300	Sangat tidak sehat
300+	Berbahaya

Sumber: kumparanNEWS (2023)

Menurut reporter Tempo, Yuantisya (2023) yang mewawancarai Direktorat Jenderal (Dirjen) Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan (PPKL) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), Sigit Reliantoro, tingginya level AQI memiliki pola yang sama dengan Jakarta, yaitu dari emisi kendaraan bermotor. Tidak hanya emisi kendaraan, gas buangan dari sektor industri juga berkontribusi dalam meningkatnya polusi udara. Tingkat AQI yang tinggi ini menyebabkan banyak masyarakat Indonesia terutama yang tinggal di daerah Tangerang dan sekitarnya ini lebih rentan untuk terkena penyakit seperti penyakit gangguan pernapasan, sakit kepala, hingga reaksi pada kulit. Polusi udara memberikan beberapa dampak yang tidak baik bagi manusia seperti iritasi mata dan hidung serta gangguan kehamilan dan janin. Tidak hanya itu, polusi udara juga memicu beberapa jenis penyakit seperti asma, bronkitis, pneumonia, kanker paru-paru, hingga kematian dini (Agustin, 2023).

Tidak hanya itu, berdasarkan data peringkat AQI pada kota-kota di Indonesia yang diambil pada 23 November 2023 dan 30 Juli 2024 menunjukkan bahwa Tangerang Selatan konsisten pada peringkat pertama.

GAMBAR 3
Peringkat Level AQI pada kota-kota di Indonesia

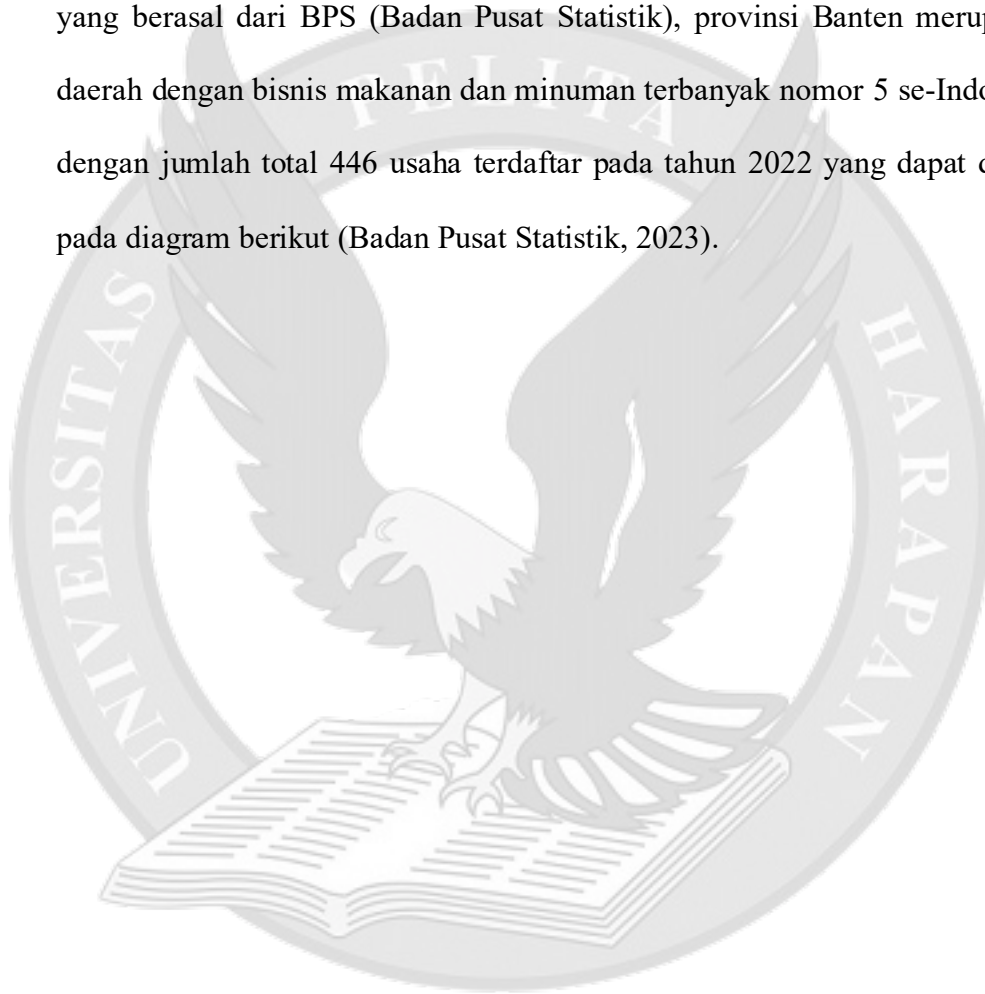


Sumber: IQAir.com (2024)

Dari laporan kualitas udara oleh perusahaan teknologi kualitas udara asal Swiss yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas udara yang kemudian dikutip oleh CNN, Tangerang Selatan menjadi kota dengan kualitas udara terburuk di Indonesia sepanjang tahun 2023. Menurut laporan IQAir, kadar PM_{2,5} rata-rata di Tangerang Selatan sepanjang tahun lalu ada di angka 71,1 µg/m³. Polusi udara terparah di Tangerang Selatan terjadi pada Mei 2023 dengan kadar PM_{2,5} mencapai 94,2 µg/m³. Dari data tersebut, di dapatkan ide bisnis ini, jika kualitas udara lanjut memburuk, produk seperti minuman sehat

berupa jus yang memiliki campuran arang aktif untuk membantu proses detoksifikasi tubuh akan menarik peminat.

Selain mengenai polusi yang semakin tinggi, ide bisnis ini juga dibuat dikarenakan jumlah dan variasi makanan *fastfood* dan/atau *junkfood* serta banyaknya masyarakat yang mengonsumsinya di Tangerang. Menurut data yang berasal dari BPS (Badan Pusat Statistik), provinsi Banten merupakan daerah dengan bisnis makanan dan minuman terbanyak nomor 5 se-Indonesia dengan jumlah total 446 usaha terdaftar pada tahun 2022 yang dapat dilihat pada diagram berikut (Badan Pusat Statistik, 2023).



GAMBAR 4

Jumlah Usaha Makanan dan Minuman se-Indonesia

Tabel 1. Jumlah Usaha Penyedia Makan Minum Skala Menengah Besar Menurut Provinsi dan Jenis Usaha, 2022
Number of Medium and Large Scale of Food and Beverage Service Activities by Province and Business Type, 2022

Provinsi Province	Jenis Usaha/Business Type			Jumlah Total
	Restoran/ Rumah Makan Restaurant	Katering Catering	PMM Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Aceh	22	1	1	24
2. Sumatera Utara	207	-	8	215
3. Sumatera Barat	143	2	5	150
4. Riau	244	10	3	257
5. Jambi	38	-	2	40
6. Sumatera Selatan	363	27	14	404
7. Bengkulu	34	-	-	34
8. Lampung	95	-	3	98
9. Kep. Bangka Belitung	31	-	-	31
10. Kepulauan Riau	88	6	9	103
11. DKI Jakarta	4.460	114	684	5.258
12. Jawa Barat	1.175	60	103	1.338
13. Jawa Tengah	441	21	16	478
14. D.I. Yogyakarta	277	11	17	305
15. Jawa Timur	534	39	49	622
16. Banten	387	15	44	446
17. Bali	236	10	48	294
18. Nusa Tenggara Barat	50	1	9	60
19. Nusa Tenggara Timur	29	-	6	35
20. Kalimantan Barat	36	4	-	40
21. Kalimantan Tengah	31	1	1	33
22. Kalimantan Selatan	122	6	4	132
23. Kalimantan Timur	99	16	8	123
24. Kalimantan Utara	10	-	-	10
25. Sulawesi Utara	59	-	8	67
26. Sulawesi Tengah	13	-	-	13
27. Sulawesi Selatan	134	10	26	170
28. Sulawesi Tenggara	23	1	3	27
29. Gorontalo	17	1	-	18
30. Sulawesi Barat	1	-	-	1
31. Maluku	21	1	-	22
32. Maluku Utara	13	-	1	14
33. Papua Barat	9	1	-	10
34. Papua	22	1	5	28
Indonesia	9.464	359	1.077	10.900









Sumber / Source: Updating Direktori Usaha Penyedia Jasa Pariwisata 2023 / Updating Business Directory of Tourism Service Providers 2023

Sumber: GoodStats (2022)

Tidak hanya itu, banyak diantara usaha tersebut yang merupakan makanan cepat saji/*fastfood* dan juga makanan *junkfood* terutama bagi usaha-usaha kecil seperti gerobak dan tenda yang tidak terdaftar seperti gorengan, warung mie instan, dan lain-lain. Makanan *junkfood* dan/atau *fastfood* dikonsumsi oleh banyak masyarakat dari berbagai kalangan usia dan tidak terbatas oleh jenis kelamin, mulai dari murid sekolah hingga masyarakat lansia. Makanan tipe ini biasanya dinikmati karena rasanya yang nikmat, harganya yang lumayan terjangkau, dan cara penyajiannya yang cepat. Seperti dari data survei yang dilakukan oleh databoks milik katadata, dari seluruh total 629 responden dari

seluruh Indonesia, mayoritas masyarakat yang mengonsumsi makanan fastfood adalah mereka dengan rentang usia 25 – 34 tahun.

GAMBAR 5
Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Masyarakat yang Mengonsumsi *Fastfood*

Jenis Kelamin		
Laki-Laki	48,2%	
Perempuan	51,8%	
Kelompok Umur		
17 – 24 Tahun	8,9%	
25 – 34 Tahun	30,8%	
35 – 44 Tahun	30,2%	
45 – 54 Tahun	21,3%	
55 – 64 Tahun	7,2%	
> 64 Tahun	1,6%	

Sumber: databoks (2023)

Digabungkan dengan data yang diambil dari sensus Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai jumlah penduduk menurut klasifikasi umur dan jenis kelamin. Dari data tersebut, terlihat bahwa penduduk di Tangerang dengan jumlah yang paling banyak berada di kawasan jangka usia 25 – 34 tahun, dengan jangka usia 25 – 29 tahun berjumlah total 304.370 jiwa dan jangka usia 30 – 34 tahun berjumlah total 300.957 jiwa.

TABEL 1

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, Tangerang, 2022

Klasifikasi Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Total
0-4	146907,00	138435,00	285.342,00
5-9	149708,00	142616,00	292.324,00
10-14	140576,00	132397,00	272.973,00
15-19	137363,00	130074,00	267.437,00
20-24	142795,00	139779,00	282.574,00
25-29	153752,00	150618,00	304.370,00
30-34	154477,00	146480,00	300.957,00
35-39	146091,00	140205,00	286.296,00
40-44	134812,00	134507,00	269.319,00
45-49	120403,00	117671,00	238.074,00
50-54	99199,00	90820,00	190.019,00
55-59	73591,00	66022,00	139.613,00
60-64	51186,00	46513,00	97.699,00
65-69	33729,00	30432,00	64.161,00
70-74	16868,00	17527,00	34.395,00
75+	12091,00	14828,00	26.919,00
Total	1713548,00	1638924,00	3352472,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan data yang di dapatkan melalui survei yang dilakukan oleh Populix dan Liputan6, sebanyaknya enam dari sepuluh orang di Indonesia sekarang lebih memerhatikan kesehatannya dengan memerhatikan makanan yang dikonsumsi serta gaya hidup sehari-hari. Mayoritas berusaha menjaga pola hidup sehat tersebut dengan memerhatikan asupan kalori dan rutin berolahraga. Walaupun begitu, mayoritas responden sering menghadapi kesulitan untuk tetap konsisten dalam menjalani pola makan sehat. Salah satu cara yang dilakukan untuk upaya mengatasi masalah ini adalah dengan berlangganan jasa catering atau membeli makanan dan/atau minuman dari merk atau brand penyedia asupan sehat yang sesuai kebutuhan diet (Elmira, 2022).

Isnanto (2023) menjelaskan bahwa ditengah polusi udara yang terus meningkat ini, teh hijau, yoghurt, serta beberapa jenis buah dan sayur bisa bermanfaat bagi tubuh untuk mengurangi kadar polusi yang masuk ke dalam paru-paru dan mencegah sakit yang bisa didapat akibat polusi. Buah dan sayur yang termasuk adalah:

1. Tomat

Menurut info mengenai manfaat tomat yang di dapat juga dari Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Badung, tomat merupakan salah satu buah yang direkomendasikan karena tomat dapat membantu memperbaiki sistem kekebalan tubuh, menurunkan risiko kanker, dan memiliki kandungan antioksidan yang tinggi. Sehingga tidak hanya untuk mengurangi efek negatif yang disebabkan oleh polusi, namun juga baik jika dikonsumsi oleh perokok.

2. Bit

Bit mengandung nitrat yang mengendurkan pembuluh darah dan mengurangi risiko tekanan darah tinggi, sehingga meningkatkan fungsi paru-paru pada pasien hipertensi pulmonal dan penyakit paru obstruktif kronik (PPOK). Selain itu, mengandung vitamin C, magnesium, potasium, dan antioksidan karotenoid yang meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan kesehatan paru-paru.

3. Apel

Apel mengandung quercetin (fitonutrien) yang mengurangi risiko komplikasi asma dan COPD. Sifat anti inflamasi pada apel juga membantu

mengurangi peradangan pernafasan dan mengurangi stres oksidatif. Kulit apel juga kaya akan asam ursolat yang meningkatkan sirkulasi darah.

4. Jeruk

Kandungan dalam jeruk selain kandungan vitamin C nya yang tinggi, jeruk juga salah satu buah yang bermanfaat untuk mengurangi risiko terkena penyakit paru obstruktif kronik (PPOK).

5. Paprika

Polusi serta asap rokok berbahaya bagi tubuh karena merusak cadangan antioksidan dalam tubuh. Paprika juga direkomendasikan karena sumber vitamin C-nya yang tinggi ditambah nutrisinya yang larut dalam air. Hal ini menjadikan paprika sebagai antioksidan yang kuat dalam tubuh ketika dikonsumsi (Streit, 2023).

6. Kunyit

Kunyit mengandung antioksidan, senyawa anti inflamasi, dan kurkumin yang membantu mendukung fungsi paru-paru. Penelitian terhadap perokok menunjukkan bahwa fungsi paru-paru perokok yang mengonsumsi kurkumin jauh lebih baik dibandingkan perokok yang tidak mengonsumsi kurkumin

Ide bisnis dari studi kelayakan bisnis ini dibuat dengan niat untuk membantu mengurangi kandungan racun dalam tubuh yang di dapat dari hal-hal tersebut. Varian minuman yang akan dijual adalah diantaranya: *lemonade*, kopi, teh tradisional, teh detox, jus, dan *smoothie*. Tidak hanya itu, gula yang akan digunakan adalah gula stevia karena walaupun gula stevia memiliki zat steviol glycosides yang 100–400 kali lebih manis dari gula biasa, gula ini dapat menghambat diserapnya

glukosa pada usus dan merangsang pelepasan insulin. Oleh karena itu, pemanis ini dapat membantu menjaga kadar gula darah pada penderita diabetes, mengurangi berat badan, atau menjaga agar berat badan ideal (Nareza, 2023).

Varian-varian dari minuman tersebut akan memiliki variasi biasa dan variasi yang dicampur dengan arang aktif (*infused with activated charcoal*). Hal itu dikarenakan arang aktif memiliki beberapa manfaat bagi tubuh yang utamanya adalah detoksifikasi atau membuang racun. Arang aktif atau terkadang disebut juga karbon aktif terbuat dari bahan-bahan alami minyak bumi, batok kelapa, arang tulang, batu bara, biji zaitun, gambut, dan ampas gergaji (Rahayu, 2022). Dari situ juga disebutkan beberapa manfaat dari karbon aktif ini yaitu: mengurangi gas dalam perut sehingga mengurangi kembung, mengatasi diare, mengurangi kolesterol, meningkatkan kesehatan dari ginjal, mengatasi infeksi pada kulit, mengatasi keracunan, hingga mencegah penuaan (Rahayu, 2022).

Produk dari studi kelayakan bisnis ini diharapkan dapat membantu masyarakat Indonesia terutama yang berdomisili di daerah BSD, Tangerang Selatan dan sekitarnya untuk membantu menjaga pola hidup sehat dengan menyediakan jenis minuman kesehatan baru yang belum ada di masyarakat.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Menurut Mindari (2022), Purnomo *et al.* (2018), dan Putera & Putri (2022), studi kelayakan bisnis merupakan proses komprehensif yang dilakukan untuk bisa mengevaluasi potensi serta kelayakan dari suatu proyek bisnis atau dari sebuah investasi sebelum implementasi. Penelitian ini meliputi identifikasi

masalah, peluang, penetapan tujuan, deskripsi situasi perusahaan dan evaluasi berbagai manfaat yang diciptakan (Ramdhani *et al.*, 2022).

Studi kelayakan bisnis ini dilakukan agar bisa diketahui apakah ide bisnis ini dapat dilakukan dan memiliki peluang untuk sukses jika dilihat dari beberapa aspek yang terkait. Tujuan studi kelayakan bisnis *healthy drink DetoxifyMe* dibagi menjadi dua, yaitu tujuan utama dan sub tujuan.

1. Tujuan Utama

a. Aspek pemasaran

Menganalisis beberapa faktor seperti menganalisis permintaan serta penawaran pasar, analisis segmen, tujuan dan posisi perusahaan di pasar, bauran pemasaran serta analisis dari aspek ekonomi dan sosial, hukum atau legalisasi dan politik, lingkungan dan teknologi yang bisa mempengaruhi bisnis *healthy drinks DetoxifyMe*. Analisis-analisis ini dilakukan untuk memastikan bisnis tersebut layak dibangun.

b. Aspek operasional

Menganalisis dan memastikan kelangsungan usaha bisnis berdasarkan aspek operasionalnya seperti jenis kegiatan yang dilakukan dan fasilitas yang ada dalam menjalankan usaha bisnis, menganalisis hubungan fungsional antara operasi dan fasilitas, menghitung fasilitas operasi dan ruang yang dibutuhkan, serta memilih lokasi dan teknologi yang akan digunakan untuk operasional.

c. Aspek organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis dan memastikan kelayakan penyelenggaraan DetocifyMe dalam aspek organisasi dan pekerjanya seperti menganalisis tugas (*jobdesc*), menganalisis kondisi pengelolaan usaha bisnis, menentukan struktur organisasi, mengembangkan sumber daya manusia dan aspek legalisasi hukum pengelolaan kegiatan usaha bisnis healthy drinks DetoxifyMe.

d. Aspek keuangan

Menganalisis kebutuhan dan sumber modal untuk memulai bisnis, memperkirakan biaya operasional, memperkirakan pendapatan dari bisnis, memperkirakan neraca, memperkirakan laba dan rugi, memperkirakan arus kas, menganalisis ambang batas keuntungan, mengevaluasi harga investasi, analisis rasio laporan keuangan dan manajemen risiko untuk DetoxifyMe, serta memastikan bisnis tersebut layak secara finansial dan menguntungkan.

2. Sub Tujuan

- a. Menciptakan lowongan kerja atau lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat.
- b. Menciptakan pilihan baru untuk jenis minuman kesehatan dengan campuran arang aktif yang belum ada di masyarakat.
- c. Meningkatkan perkembangan dari ekonomi daerah serta meningkatkan devisa negara.

C. Metodologi

Dalam proses penelitian studi kelayakan bisnis *healthy drinks* DetoxifyMe, beberapa hal perlu dilakukan untuk mendapatkan data yang bertujuan untuk mendukung dan menghasilkan hasil kesimpulan mengenai kelayakan bisnis ini untuk dijalankan. Pada proses ini, ada 2 teknik pengambilan atau pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder.

Menurut Pahlephi (2022), data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti atau dikumpulkan langsung di lapangan dari orang-orang yang relevan. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan lain-lain. Data primer seringkali tersedia dalam bentuk mentah dan perlu diproses kembali. Tetapi, peneliti bisa mendapatkan data yang dibutuhkannya dengan lebih akurat karena data tersebut berasal dari sumber primer atau langsung.

Sedangkan untuk data sekunder, Maulid (2021) menjelaskan bahwa data sekunder adalah sumber data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara. Data sekunder sering kali berbentuk bukti sejarah, catatan atau laporan yang dikumpulkan dan diarsipkan, baik yang dipublikasikan maupun tidak. Keuntungan dari data sekunder adalah lebih menghemat uang dan waktu, mengkategorikan masalah, menciptakan tolak ukur untuk mengevaluasi data primer, dan mengisi kesenjangan informasi. Keuntungan lain dari data sekunder adalah peneliti dapat memperoleh informasi selain informasi primer.

Ketersediaan dari data merupakan hal yang penting dalam pembuatan kesimpulan yang akurat dan dapat dipercaya. Dengan begitu, teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam studi kelayakan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil secara langsung, oleh karena itu metode yang akan digunakan adalah:

a. Kuesioner

Menurut informasi dari katadata.co.id, Fajri (2022) menjelaskan, kuesioner adalah metode pengumpulan data untuk memahami suatu individu. Kuesioner berisi daftar pertanyaan tentang berbagai aspek. Peneliti akan menerima jenis data yang berbeda-beda tergantung dengan pertanyaannya. Kuesioner akan dilakukan secara *online* dengan menyebarkan *google form*. Pertanyaan yang diberikan berisi demografi responden, STP (*Segmenting, Targeting, and Positioning*), dan baur pemasaran yang terdiri dari 8P (*Product, Price, Place, Promotion, Packaging, People, Programming, Partnership*).

Dalam pengumpulan data kuesioner, responden dibutuhkan untuk mengisi kuesioner tersebut. Responden dipilih dengan cara mengidentifikasi populasi dan kemudian memilih sampel dari populasi tersebut.

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2021), populasi adalah jumlah semua elemen yang diuji yang mempunyai karakteristik yang sama. Ini bisa berupa kelompok, peristiwa, atau individu dari sesuatu yang di selidiki. Dalam studi kelayakan bisnis ini, populasi yang ditentukan adalah seluruh warga JABODETABEK.

2) Sampel

Menurut Sugiyono (2021), sampel adalah sebagian dari total dan karakteristik dari populasi yang diambil untuk diteliti. Sampel memiliki lingkup yang lebih kecil dari populasi dengan tujuan agar lebih mudah diteliti dikarenakan tidak memungkinkan untuk meneliti semua populasi. Sampel yang diambil untuk studi kelayakan bisnis ini adalah penduduk yang berdomisili di Tangerang dan berusia diatas 15 tahun.

3) Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel, proses ini dilakukan dengan melakukan pemilihan sekumpulan elemen dari suatu populasi untuk dijadikan sampel, memahami berbagai sifat dan sifat orang yang diteliti, serta menarik generalisasi dari elemen-elemen populasi tersebut (Handayani, 2020). Terdapat dua jenis teknik untuk pengambilan sampel; *non-probability sampling* dan *probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama besar untuk bisa dijadikan sampel, sementara *probability sampling*

merupakan teknik pengambilan sampel yang populasinya memiliki kesempatan yang sama agar bisa dipilih untuk dijadikan sampel (Sekaran & Bougie, 2019). Dalam studi kelayakan bisnis ini teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2019), *convenience sampling* merupakan metode pengumpulan data dari populasi yang tersedia yang mampu memberikan informasi tersebut. Teknik *convenience sampling* digunakan karena dapat mengumpulkan data secara cepat dan efisien. Menurut Sekaran dan Bougie (2019), ukuran sampel bisa ditentukan dengan aturan yang bernama *rules of thumb*. Menggunakan aturan ini, ukuran dari sampel yang cocok bagi mayoritas penelitian yaitu lebih banyak dari 30 dan lebih sedikit dari 500.

Dengan aturan tersebut, serta menurut Hair *et al.* (2014), aturan umumnya adalah rasio antara pertanyaan dan pengamat tidak boleh kurang dari 5:1 (lima pengamat untuk setiap pertanyaan). Maka dari itu, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian studi kelayakan bisnis ini adalah 220 responden, dikarenakan terdapat 44 pertanyaan dalam kuesioner pada bagian baur pemasaran (44 pertanyaan dikali dengan lima sama dengan 220).

b. Observasi

Observasi kadang juga disebut mengamati. Observasi sering digunakan untuk mempelajari atau menemukan sesuatu tentang

suatu fenomena. Observasi biasanya dilakukan dengan memeriksa, memantau, dan mempelajari objek hingga tersedia data yang valid. observasi dapat diartikan sebagai salah satu teknik pengumpulan data yang sifatnya lebih spesifik dibanding teknik lainnya (Ismail, 2020). Observasi atau pengamatan akan dilakukan agar bisa memahami situasi dan keadaan yang sebenarnya terjadi secara langsung di lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti atau pengumpul data (Sugiyono, 2021). Disebut tidak langsung karena data diperoleh melalui perantara yaitu orang lain, dokumen, laporan, atau hasil penelitian terdahulu. Data sekunder berguna untuk mendukung hasil data primer yang didapat. Data ini dapat didapatkan dari banyak sumber, seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, internet, penelitian terdahulu, atau web resmi seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan web Kementrian milik negara. Studi kelayakan bisnis ini menggunakan data sekunder yang juga diperoleh dari sumber-sumber tersebut.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

Beberapa teori yang dapat mendukung studi kelayakan bisnis ini, yaitu:

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Konstitusi Indonesia yaitu *Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 pasal 1 poin 3 mengenai Kepariwisataaan* (Indonesia),

pariwisata adalah berbagai kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah kota, pengusaha, pemerintah, dan otoritas lokal. Sedangkan kepariwisataan mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi, yang timbul dari kebutuhan setiap individu dan negara, serta interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sesama wisatawan, pemerintah, otoritas lokal, dan pengusaha.

Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO)(Organisasi Pariwisata Dunia) dari Kompas.com, Utami (2021) menuliskan pariwisata adalah fenomena sosial, budaya, dan ekonomi di mana orang melakukan perjalanan ke negara atau tempat di luar lingkungan normalnya untuk alasan pribadi atau bisnis/profesional. Orang-orang ini disebut sebagai pengunjung dan pariwisata berkaitan dengan kegiatan mereka, beberapa di antaranya melibatkan pengeluaran pariwisata.

2. Pengertian Kafe

Menurut Ardian (2019), kafe dan gaya hidup sudah menjadi dua hal yang memiliki hubungan erat. Kafe merupakan tempat untuk menikmati kopi yang pelanggannya dihibur dengan musik, kafe diartikan juga sebagai tempat makan dengan konsep sederhana yang biasanya menyajikan minuman dan makanan ringan. Menurut Wind & Wardhana (2015), kafe merupakan warung-warung kopi yang sudah masuk ke dalam kehidupan modern. Dalam istilah perhotelan, kafe juga bisa berarti restoran dengan layanan terbatas.

Walaupun menurut asal usul nama kafe disebut juga dengan kedai kopi atau biasa disebut *coffee shop*, banyak pula yang berpendapat bahwa cafe dan coffee shop itu berbeda. Menurut Vance (2023), kafe merupakan suatu tempat yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman, termasuk kopi. Kafe biasanya memiliki suasana santai dan mengundang, dengan interior yang nyaman dan dekorasi yang menarik. Kafe juga merupakan tempat populer untuk bersantai dan bersosialisasi dengan teman dan keluarga. Sebaliknya, *coffee shop* lebih fokus menyajikan kopi berkualitas tinggi. *Coffee shop* cenderung memiliki suasana dan desain yang sederhana dan minimalis. *Coffee shop* lebih populer bagi para penggemar kopi yang ingin menikmati minuman dalam suasana tenang dan fokus.

3. Sejarah Kafe

Kafe atau *Cafe* berasal dari bahasa Perancis yang artinya kopi. Orang Perancis menyebut *coffee shop* atau kedai kopi sebagai kafe. Perancis merupakan salah satu negara yang disebut juga dengan "negara kopi" karena pesatnya perkembangan kafe disana, dan dari Perancis lah kafe mulai menyebar ke seluruh dunia. Namun, kafe atau *coffee shop* pertama justru berasal dari Turki (sekarang Istanbul) bukan Perancis (Ahmad, 2020). Kedai kopi pertama didirikan pada tahun 1475 di Konstantinopel, Turki (Istanbul) dan pada awalnya kedai kopi hanya menjual minuman kopi saja (Tempo.co, 2022).

Menurut UNESCO, tradisi minum kopi berperan penting dalam acara sosial di Turki. Ampas kopi yang tertinggal di cangkir kosong juga digunakan sebagai alat untuk meramal nasib seseorang. Saat ini, terdapat

peningkatan jumlah kedai kopi di berbagai wilayah Turki. Pada abad ke-16, kopi menyebar ke berbagai belahan dunia. Saat itu, kopi diperkenalkan ke dunia Barat oleh para pedagang Italia. Kafe pertama di Italia dibuka pada tahun 1645. Kafe pertama di Inggris dibuka pada tahun 1652. Pada tahun 1668, kopi menggantikan bir sebagai minuman favorit di New York (Tempo.co, 2022).

4. Jenis-jenis Usaha *Food and Beverage*

Kafe merupakan salah satu bisnis *Food and Beverage*. Dalam industri ini, terdapat beberapa bisnis dalam bidang yang sama, Vivianisa (2023) menyebutkan beberapa contoh usaha di bidang *Food and Beverage*, seperti:

a. Restoran

Menurut Tangian (2019), restoran adalah tempat yang menyediakan atau menyajikan layanan makanan dan juga minuman. Berdasarkan data dari WebstaurantStore (2023), pemasok restoran terbesar di USA, terdapat 12 jenis restoran yang paling populer di seluruh dunia, yaitu:

1) Restoran *fastfood*

Merupakan restoran yang penyajian makanannya berlangsung dengan cepat dan hanya memakan waktu beberapa menit saja. Biasanya bahan makanannya *pre-cooked* atau *frozen*. Contoh restoran ini adalah rantai restoran terkenal seperti McDonald's, KFC, Burger King, dan lain-lain.

2) Restoran kasual

Merupakan restoran biasa yang sering didatangi dengan teman, keluarga, maupun individu. Tamu diberi tempat duduk dan dilayani oleh *server*. Namun, bedanya dengan restoran *fine-dining* atau *formal-dining* yaitu restoran kasual memiliki desain dan perabotan yang lebih kasual dan nyaman. Restoran ini juga biasanya tidak begitu mempermasalahkan *dresscode* pelanggannya. Contoh restoran kasual adalah Solaria, Ta-Wan, dan lain-lain.

3) Restoran *fast-kasual*

Restoran ini memiliki penyajian yang mirip dengan restoran *fast-food* namun dengan pilihan makanan yang lebih sehat dibanding dengan restoran *fast-food*. Contoh restoran ini adalah Subway.

4) Restoran kasual kontemporer

Memiliki konsep yang sama dengan restoran kasual, namun yang membedakan adalah restoran ini memiliki tema yang lebih spesifik dan design yang memang difokuskan untuk menarik perhatian. Restoran jenis ini relatif baru dan lebih disukai oleh pelanggan generasi Z dan millennial. Contoh restoran ini adalah Hey Beach, The Michael's Garden dan lain-lain.

5) Restoran *fine-dining*

Biasanya restoran ini memiliki cap restoran *Michelin-starred* serta dikenal dengan formalitas dan harganya. Jenis

pelayanan restoran ini lebih mirip ke tradisi tua yang memiliki banyak peraturan dan etika makan. Tamu juga harus mengikuti dresscode yang sudah ditentukan oleh restoran ini atau di beberapa tempat, akan tidak diperbolehkan masuk. Contoh restoran ini adalah 1928 Restaurant, La Brasserie Restaurant, dan lain-lain.

6) Kafe atau kedai kopi

Tempat ini biasanya memiliki fokus penjualan pada kopinya maupun minuman lain. Tempat ini juga menjual makanan namun dengan pilihan yang lebih terbatas dibandingkan dengan restoran biasa. Sekarang, tempat restoran jenis ini menjadi tempat populer bagi anak remaja sebagai tempat berkumpul maupun mengerjakan tugas. Contoh restoran ini adalah December Coffee, AfterSeven Cafe, Janji Jiwa, dan lain-lain. Jenis usaha bidang *Food and Beverage* yang dipilih untuk studi kelayakan bisnis ini adalah kafe.

7) Toko minuman khusus

Restoran jenis ini biasanya hanya menjual satu atau beberapa jenis minuman dengan beberapa variasi saja seperti bubble tea, smoothies, cheese tea, dan lainnya. Biasanya restoran ini memiliki tempat yang kecil dan tempat duduk yang minim atau bahkan tidak ada. Contoh restoran jenis ini adalah Xing Fu Tang, Kokumi, ShuShu.

8) Restoran *buffet*

Restoran ini memiliki menu yang terbatas dan biasanya mayoritas dari pengalaman pelayanan makan di restoran jenis ini adalah *self-service*. Restoran ini memiliki beberapa menu paket dan makanannya sudah tersedia pada tempatnya, pelanggan bisa mengambil makanannya sendiri untuk dibawa ke meja masing-masing atau memasak bahan makanannya sendiri pada alat masak yang sudah tersedia di meja. Contoh restoran ini adalah Shaburi & Kintan Buffet, ShuBuKan, Tatemukai, dan lain-lain.

9) Truck makanan (*food trucks*)

Restoran jenis ini tidak begitu populer atau belum ada di Indonesia. Namun, restoran jenis ini cukup populer di luar negeri terutama di Amerika. Restoran jenis ini bisa bergerak dan berpindah tempat karena restoran ini didirikan di dalam mobil besar. Tamu akan mengantri dan memesan makanan dan/atau minuman dan mengambilnya di jendela yang sama ketika makanan siap. Contoh restoran ini yang populer di Amerika adalah Oink & Moo BBQ, Cinnamon Snail, Ms. Cheesious, dan lain-lain.

10) *Concession stands*

Usaha restoran jenis ini adalah yang paling minim modal karena media yang digunakan untuk berjualan biasanya sangat kecil dan hanya cukup sebagai tempat menyiapkan

makanan. Di Indonesia, restoran jenis ini adalah penjual gorengan, batagor, hingga gulali keliling yang menggunakan gerobak.

11) Restoran *pop-up*

Restoran jenis ini biasanya merupakan pendatang baru yang ingin mencoba penjualan mereka tanpa komitmen yang terlalu besar. Restoran ini biasanya muncul jalan jangka waktu tertentu dan menjual beberapa jenis makanan saja. Contoh restoran ini adalah stand yang buka hanya ketika ada bazar atau acara lainnya.

12) *Ghost restaurant*

Restoran jenis ini lebih populer di negara bagian barat. Restoran ini biasanya tidak memiliki restoran sendiri dan hanya berupa dapur. Semua pesanan diterima secara digital dan dikirim ke rumah pelanggan yang memesan. Biasanya restoran jenis ini bekerja dibawah merk restoran lain menggunakan nama yang berbeda untuk meningkatkan penjualan. Contoh restoran ini yang terkenal di negara barat adalah restoran bernama It's Just Wings yang ternyata bekerja di dapur yang sama dengan Chili's.

b. *Resort*

Resort adalah hotel yang dirancang untuk menampung tamu untuk tujuan rekreasi. Hotel *resort* berlokasi relatif dekat dengan atraksi wisata, namun jauh dari hiruk pikuk, lalu lintas, dan kebisingan kota

(Fitri *et al.*, 2020). Hotel jenis ini biasanya memiliki banyak jenis atau pilihan outlet restoran yang tersebar di dalam maupun di luar area hotel.

c. Katering

Katering adalah usaha bisnis yang merencanakan, mempersiapkan, dan melaksanakan acara serta menyediakan makanan, minuman, dan layanan berkualitas tinggi (Vivianisa, 2023). Pekerja di bidang usaha ini sangat mementingkan kualitas makanan dan layanan yang diberikan. Hasil yang diperoleh dapat menunjukkan adanya sedikit perubahan sikap pelanggan terhadap jasa katering. Usaha ini termasuk salah satu usaha yang maju pada masa pandemi (Malinowska *et al.*, 2022).

5. Definisi *Activated Charcoal* (Arang Aktif)

Activated charcoal atau biasa disebut juga dengan *activated carbon* (arang aktif) terbuat dari arang. Arang sendiri didefinisikan sebagai kayu hangus terutama dalam industri digunakan sebagai bahan bakar atau zat pereduksi untuk mengurangi biji besi oksida dalam produksi besi dan baja. Arang terutama digunakan sebagai bahan bakar tanpa asap untuk memasak, pemanas, dan produksi baja. Arang juga dianggap sebagai produk kimia tertua (Hagemann *et al.*, 2018). Arang biasanya terbuat dari kayu, gambut, tempurung kelapa, atau serbuk gergaji.

Arang aktif memiliki sifat menyerap atau penyerapan. Selain penyerapan, karbon aktif juga berperan sebagai katalis dalam reduksi anaerobik pewarna azo, mendukung pembentukan radikal untuk mengoksidasi pewarna atau polutan dalam pengolahan oksidasi (elektrokimia) limbah

limbah dan juga digunakan untuk elektroda sel bahan bakar mikroba mikroba. Saat ini, terdapat beberapa pasar di mana permintaan karbon aktif secara global meningkat. Hal ini mencakup pengolahan air minum, teknologi penyimpanan energi, dan teknologi lingkungan yang dipromosikan oleh undang-undang baru (Hagemann *et al.*, 2018).

Arang atau karbon aktif dibuat dalam dua langkah. Langkah pertama adalah pembentukan arang dengan sifat amorf dan berpori pada suhu rendah. Dalam proses ini, arang dipanaskan selama tiga sampai lima jam hingga suhunya mencapai 1800°F atau 982,2°C. Tahap kedua adalah proses yang disebut dengan proses aktivasi yang dimana proses menghilangkan hidrokarbon yang menutupi permukaan arang dan meningkatkan porositasnya. Cara tersebut adalah salah satu metode aktivasi dengan cara fisika. Saat ini, ada dua metode pengaktifan karbon aktif untuk menghasilkan karbon aktif: kimia dan fisik. Aktivasi secara kimia dilakukan dengan merendam arang dalam larutan senyawa sebelum dipanaskan. Aktivasi fisik arang biasanya menggunakan oksidator lemah seperti uap air (H₂O), gas CO₂, atau nitrogen (Fahruri, 2020).

6. Sejarah *Activated Charcoal* (Arang Aktif)

Arang aktif atau karbon aktif awalnya didefinisikan sebagai "segala bentuk karbon yang dapat diserap". Secara historis, penggunaan arang sebagai penyerap dimulai pada masa kekaisaran Romawi dan Tiongkok, dan mungkin sudah ada sejak lama. Bangsa Romawi menyadari bahwa arang dapat menjernihkan air, sebuah properti yang masih digunakan sampai sekarang. Namun, terlepas dari sejarah panjang penggunaan arang untuk

pemurnian, manusia memerlukan waktu lebih dari 3.000 tahun untuk mengoptimalkan arang guna menghilangkan polutan tertentu (Hagemann *et al.*, 2018). Namun, dalam artikel ilmiah tersebut juga dikatakan bahwa tidak semua arang memiliki kapasitas dan potensi yang sama arang yang berbahan dasar tulang hewan memiliki kapasitas dan potensi lebih tinggi dibandingkan arang yang berbahan dasar kayu. Hal inilah yang menjadi titik awal berkembang pesatnya bidang penelitian mengenai perbedaan dan sifat arang yang menyebabkan sifat serapan yang berbeda (Hagemann *et al.*, 2018).

Pada awal abad ke-19 ditemukan bahwa arang juga mengandung berbagai senyawa organik yang terserap. Strategi “aktivasi” pertama ditujukan untuk mengurangi jumlah spesies kimia yang diserap setelah produksi. Pada tahun 1919, seseorang bernama Cheney percaya bahwa aktivasi termal adalah satu-satunya teknik yang mampu menghilangkan senyawa organik yang terserap dari permukaan arang. Kerangka arang tetap ada dan area permukaan baru (pori-pori arang) terlihat. Hal ini membuat gugus kimia menjadi “aktif” dan bisa digunakan untuk penyerapan. Dari saat inilah penelitian ilmiah mengenai pengaktifan arang dan karbon aktif dimulai (Hagemann *et al.*, 2018).

7. Manfaat *Activated Charcoal* (Arang Aktif/Karbon Aktif)

Khasiat dan manfaat arang aktif hingga sekarang masih menjadi perdebatan di dunia penelitian. Walaupun begitu, banyak tokoh medis dan tenaga kesehatan yang menginformasikan beberapa khasiat dan manfaat yang diberikan karbon aktif bagi tubuh dalam bidang medis maupun kecantikan.

Bagi penggunaan luar seperti sebagai *facemask* atau masker wajah, masker wajah dengan campuran arang aktif bisa membantu mengurangi minyak pada permukaan wajah (Fahruri, 2020). Hal ini dikarenakan karbon atau arang aktif tidak diserap oleh tubuh, melainkan sifatnya menyerap atau mengikat, sehingga arang aktif dapat menyerap sebum kulit wajah berlebih yang menyebabkan wajah menjadi berminyak keluar dari tubuh. Selain itu ada juga penggunaan arang aktif untuk penggunaan luar lainnya yang cukup terkenal yaitu untuk memutihkan gigi. Hal yang terjadi adalah karbon aktif ini mengikat pigmen atau noda dan membuat gigi tampak cerah (Setiawati, 2023). Tidak hanya itu, masih banyak manfaat dan khasiat karbon aktif untuk penggunaan luar.

Selain penggunaan luar, karbon aktif juga memiliki banyak manfaat jika dicerna dalam tubuh seperti mengurangi kandungan racun dalam tubuh walaupun untuk mendapatkan hasil terbaik, arang aktif harus segera dikonsumsi sebelum racun terserap oleh tubuh (Joseph, 2021). Manfaat selanjutnya juga bisa sebagai penurun kadar kolestrol, namun dikarenakan perubahan yang diberikan belum signifikan, hal ini masih menjadi perdebatan pula di dunia penelitian dan medis (Setiawati, 2023).

8. Jenis Restoran yang Dipilih dan Konsep Bisnis

Cafe DetoxifyMe merupakan jenis restoran yang masuk ke dalam klasifikasi restoran kafe. Dimana penjualan menu di restoran ini akan lebih dipusatkan kepada penjualan minumannya daripada makanannya seperti restoran kasual. Restoran kafe *DetoxifyMe* memiliki design dengan warna utama pastel untuk memberikan kesan nyaman dan *homey*. *DetoxifyMe*

Tempat DetoxifyMe juga memiliki tempat parkir yang luas serta jalan akses masuk yang bisa digunakan untuk pengguna kursi roda sehingga tempat duduk untuk pengunjung hanya tersedia di lantai satu. Namun, kafe DetoxifyMe hanya memiliki tempat makan atau tempat duduk di lokasi *indoor* yang bebas asap rokok karena tujuan utama pembuatan kafe ini adalah memajukan kesehatan bagi masyarakat kota besar. Dalam tempat duduk *indoor*, akan ada tiga jenis tempat duduk yaitu meja dan kursi kayu serta kursi bar. Target utama kafe DetoxifyMe adalah masyarakat daerah Kabupaten Tangerang dan Tangerang Selatan berusia 18 hingga 34 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa atau pelajar, pengusaha, dan karyawan. Terutama masyarakat yang ingin mengonsumsi minuman yang memiliki efek detox karena kandungan arang aktifnya.

