

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Merujuk pada kondisi dunia yang sudah 1 tahun lebih dilanda oleh pandemi COVID-19, seluruh aspek kehidupan mengalami perubahan yang besar dikarenakan hal tersebut, salah satunya dalam bisnis pariwisata dan hospitaliti, khususnya restoran yang merupakan sebuah tempat pemenuhan kebutuhan pangan manusia dan juga tidak jarang digunakan sebagai tempat berkumpul untuk merayakan sesuatu maupun sekedar bersosialisasi. Besarnya dampak yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19 pada restoran menyebabkan masyarakat jauh lebih memilih untuk melakukan pemesanan secara *take-away* daripada melakukan pemesanan *dine-in* demi menjaga keselamatan dan kesehatan bersama.

Pemerintah juga mengimbau masyarakat untuk mengurangi aktivitas di luar rumah, terutama pada keramaian dengan tujuan untuk memutus mata rantai penyebaran wabah COVID-19. Hal tersebut menyebabkan penurunan intensitas pelayanan secara "*dine-in*" yang cukup drastis, meskipun tidak jarang juga restoran yang masih melayani secara "*dine-in*", akan tetapi sebagian besar restoran juga memberikan pembatasan jumlah pengunjung berdasarkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah.

Tidak jarang masyarakat yang merasa rindu dengan suasana bersantap langsung di restoran favoritnya menjadi tidak bisa mendapatkan pengalaman tersebut kembali dikarenakan - keadaan dunia saat ini yang sedang memburuk, kerinduan akan pengalaman bersantap makan secara “*dine-in*” tersebut secara terpaksa harus ditahan dulu hingga keadaan membaik.

Karena hal tersebut, muncullah motivasi bagi penulis untuk berinovasi dalam menciptakan sebuah opsi alternatif dari restoran konvensional agar dapat mengobati rasa rindu masyarakat terhadap suasana bersantap langsung pada restoran, yaitu berupa *private dining restaurant*. Di daerah kawasan Semarang dan sekitarnya pun dimana lokasi *private dining restaurant* ini akan dibuka, belum ada pesaing maupun restaurant dengan konsep yang sama yaitu *private dining restaurant* sehingga terbentuklah celah kesempatan usaha yang sangat bagus. *Private dining restaurant* diharapkan mampu memenuhi keinginan masyarakat dengan memberikan pengalaman bersantap di restoran tanpa rasa khawatir dengan lingkungan sekitarnya dan tentunya dengan mematuhi semua protokol kesehatan yang telah dihimbaukan oleh Satgas Covid-19.

1.2. Gambaran Umum Bisnis

Penulis memberikan gambaran umum mengenai bisnis yang akan dijadikan tugas akhir *business plan* ke dalam dua bagian sebagai berikut:

1.2.1. Deskripsi Bisnis

“Ruang Tamu” memberikan opsi alternatif pada masyarakat yang memiliki keinginan untuk berkunjung dan merasakan suasana restoran meskipun pandemi sedang berlangsung, dengan menyediakan fasilitas *private dining restaurant* bertemakan *family-feast style dining* dibalut dengan nuansa hidangan bergaya *rustic* dan *country-style*. yang hanya menerima satu kelompok tamu dengan kapasitas maksimal 15 orang perkelompok, disertai dengan pelayanan berkualitas tinggi tanpa mengesampingkan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh satgas covid-19, dan menggunakan bahan-bahan masakan yang diambil dari pasar tradisional yang terjamin kesegarannya serta dapat ikut membantu perputaran roda perekonomian daerah setempat. Semua pemesananpun dilakukan melalui media *virtual* dengan maksud untuk mengurangi dan meminimalisir adanya kontak fisik antarindividu yang tidak diperlukan. Pelanggan melakukan pemesanan dan menentukan menu yang dipilih, tanggal, dan waktu bersantap, untuk waktu dibatasi untuk perbatch 2 jam. Setiap pergantian tamu akan dilakukan sanitasi sesuai dengan protokol kesehatan.

1.2.2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1.1



LOGO “RUANG TAMU”

“Ruang Tamu”

Secara harfiah, “Ruang Tamu” berasal dari kata ruang dan tamu, yang ketika digabungkan akan menghasilkan arti ruangan tempat berkumpul tamu pada suatu tempat tinggal. “Ruang Tamu” berada di ruang tamu rumah yang dirombak menjadi *Private Dining Restaurant* yang menyediakan pengalaman bersantap secara profesional serta mengutamakan terjaganya kualitas dan protokol kesehatan. Dengan kapasitas yang cukup hingga delapan orang di ruangan *indoor*, dan empat hingga delapan orang pada ruangan *semi-outdoor*. “Ruang Tamu” menyediakan 3 tema pilihan menu yaitu *Japanese*, *Italian*, dan *Breakfast* dengan sistem *reservation only*.

Dengan pemesanan melalui aplikasi atau media sosial, pelanggan dapat memilih tanggal serta waktu kedatangan dan menyelesaikan pembayaran dua hari sebelum tanggal reservasi melalui transaksi non-tunai untuk mengurangi kontak fisik yang tidak diperlukan, sesuai dengan yang disarankan oleh pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran wabah COVID-19.

1.2.3. Identitas Bisnis

“Ruang Tamu” adalah sebuah *Private Dining Restaurant* yang terletak di Dusun Golak Bandungan, RT02/RW07, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, yang beroperasi sesuai dengan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah dengan memberikan pelayanan prima, menyajikan hidangan yang nikmat dan diolah secara profesional dari aspek kebersihan dan cita rasa. “Ruang Tamu” bisa di temui di media sosial Instagram pada akun @storiesinmygarden dan WhatsApp pada nomor +6285156895508.

1.3. Visi dan Misi

1.3.1 Visi

“Menyediakan pengalaman bersantap dengan kualitas tinggi dan rasa aman kepada pelanggan, serta mendukung roda ekonomi masyarakat sekitar.”

1.3.2 Misi

1. Mengikuti dan melaksanakan protokol kesehatan yang telah dianjurkan oleh pemerintah, demi memutus mata rantai penyebaran wabah COVID-19.
2. Memenuhi keinginan publik yang ingin bersantap pada sebuah restoran dengan penjaminan keselamatan dan kesehatan publik.
3. Menyajikan makanan yang berkualitas tinggi yang diolah oleh para ahli.
4. Mendukung ekonomi warga setempat dengan mengadakan kerjasama dalam hal suplai bahan makanan yang terjamin kesegarannya.

1.4. SWOT Analysis

SWOT merupakan alat analisis yang dikembangkan oleh Humprey (2005) yang digunakan untuk mencari strategi terbaik dalam pengambilan keputusan berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan tantangan yang berasal dari faktor eksternal. Dengan tujuan untuk memenuhi rasa puas yang ada pada diri konsumen, tentunya tidak akan cukup jika hanya pihak yang mengelola hanya sekedar memberikan nilai dari suatu produk, hal yang seharusnya menjadi sebuah prioritas adalah dengan memperhatikan mutu dari pelayanan yang diberikan serta nilai-nilai produk seperti merek, kualitas, dan bahan-bahan yang secara tidak langsung diinginkan oleh konsumen.

Dari poin yang telah disebutkan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun konsumen datang untuk memenuhi kebutuhannya ataupun kepuasannya, meskipun konsumen datang ke restoran hanya untuk makan dan minum, konsumen juga memerlukan pelayanan prima yang diberikan oleh individu yang berada pada restoran tersebut.

Meskipun memang bukan tujuan utama, bukan berarti hal-hal tersebut dapat diabaikan, melainkan sebagai pengelola usaha yang baik, hal tersebut harus dapat dimaksimalkan agar keseluruhan keinginan konsumen dapat dipenuhi secara utuh.

Berikut merupakan adalah tabel analisis SWOT yang telah dirancang oleh penulis:

TABEL 1.1

SWOT ANALYSIS

Strength	Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1. Merupakan satu-satunya restoran di kota Semarang dengan konsep <i>private dining</i>. 2. Memiliki 3 jenis tema menu yaitu Japanese, Italian, dan American Breakfast. 3. Menjadi sebuah <i>hidden gem</i> dengan lokasi yang cukup terpencil dengan akses jalan yang baik. 4. Diterapkannya protokol kesehatan secara menyeluruh yang dapat menjamin kesehatan dan keselamatan tamu yang bersantap. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbatasnya jumlah konsumen 2. Letak restaurant yang relative jauh dari pusat kota 3. Sistem penerimaan pelanggan dengan pemberlakuan sistem reservasi yang mungkin perlu waktu untuk membuat pelanggan terbiasa dengan sistem tersebut. 4. Kapasitas yang terbatas.

TABEL 1.1**SWOT ANALYSIS (LANJUTAN)**

Opportunity	Threat
<p>1. Tidak adanya pesaing dalam pasar cangkupan Kabupaten Semarang sehingga membuat “Ruang Tamu” satu-satunya <i>private dining only restaurant</i>.</p> <p>2. Tingginya penggunaan media sosial sehingga kegiatan promosi dapat berlangsung secara cepat.</p> <p>3. Kekhawatiran masyarakat akan penyebaran virus covid 19 di restaurant konvensional dan tempat dengan kerumunan.</p>	<p>1. Konsep <i>private dining</i> merupakan konsep yang baru di daerah yang akan ditempati , sehingga memerlukan waktu lebih untuk mengedukasi pelanggan mengenai sistem ini</p> <p>2. Kebiasaan target market sekitar yang sudah terbiasa dengan sistem restaurant konvensional yang tidak memerlukan sistem reservasi dan bisa melakukan pemesanan secara “<i>walk-ins</i>”</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2021

1.5. Spesifikasi Produk / Jasa

- *Private Dining Restaurant* dengan batas pelanggan 1 grup *per sitting*.
(kedepannya akan dibuka untuk lebih dari 1 grup setelah berakhirnya pandemi)
- *Private Dining Restaurant* dengan tiga tema utama yang akan berkembang seiring dengan berjalannya waktu yaitu *Japanese*, *Italian*, dan *Breakfast*.
- *Dining room indoor* berkapasitas empat hingga delapan orang.
- *Dining room semi-outdoor* berkapasitas empat hingga delapan orang.
- Sistem pemesanan maksimal 2 hari sebelum dan langsung melakukan pelunasan pada saat itu.
- Pelanggan dapat memilih tanggal dan waktu dari *list* ketersediaan yang telah disediakan oleh restoran.
- Penerapan protokol kesehatan yang diwajibkan bagi pelaku bisnis restaurant oleh satgas covid 19 meliputi:
 - Pengelola restoran, rumah makan dan kafe wajib memastikan karyawannya yang bertugas negatif dari covid-19, memakai masker, face shield dan sarung tangan, serta memiliki suhu badan dibawah 37,3 celcius.
 - Wajib terapkan protokol kesehatan mulai dari atur sirkulasi dan batasan waktu kunjungan, batasi jumlah pengunjung maksimal 40% dari kondisi normal, larang pengunjung masuk dengan gangguan pernafasan, seperti batuk, flu, dan suhu diatas 37,3 celcius,

- Mewajibkan pengunjung memakai masker dan jaga jarak antrian, serta rutin bersihkan lokasi dengan disinfektan. mulai dari cuci tangan, sanitasi fasilitas, pengecekan suhu, pensterilan alat makan serta melakukan pensterilan ruangan secara rutin akan dilakukan ketika pergantian grup.
- Jam operasional 09.00-19.00 (pesanan terakhir).

TABEL 1.2**MENU LIST**

<i>Japanese*</i>	<i>Italian</i>	<i>Breakfast</i>
Chicken Katsu Curry ***	Spaghetti Bolognese w/ Meatballs	Pancake w/ Flambee Banana
Ebi Furai Donburi ***	*** Spaghetti Bolognese	*** Pancake w/ Bacon
Chicken Katsu Rice ***	*** Spaghetti Aglio E	*** French Toast
Nikujaga ***	Olio ***	*** Egg Sandwich
Ebi Furai ***	Spaghetti Alfredo ***	*** Avocado Toast
Gyudon	Lasagna *** Spaghetti Aglio e Olio w/ Tuna *** Spaghetti Melanzane Bolognese	*** Eggs Benedict

*Sudah termasuk nasi dan salad

1.6. Jenis / Badan Usaha

Private Dining Restaurant

1.7. Aspek Legalitas

Penulis merencanakan “Ruang Tamu” sebagai suatu perusahaan yang mengantongi IUMK (Izin Usaha Mikro & Kecil), IUMK adalah bentuk legalitas resmi yang dapat dipertanggung jawabkan secara hukum dan dapat pengakuan secara sah dari berbagai pihak yang berwenang. IUMK merupakan salah satu wujud kepatuhan pelaku usaha terhadap hukum yang berlaku di negara kita. Penulis merencanakan “Ruang Tamu” sebagai suatu perusahaan UMK yang bersifat perseorangan , disebabkan oleh kondisi yang merujuk pada rencana penulis tersebut maka :

1. Seluruh laba yang diperoleh akan menjadi milik pihak terkait.
2. Perusahaan perseorangan sebagian besar cenderung berkembang secara dinamis dan bebas.
3. Pemilik perusahaan memiliki kebebasan dalam pengambilan keputusan, dalam hal menjalankan operasional dalam bisnis.
4. Pemerintah mengaplikasikan kewajiban membayar pajak yang rendah untuk perusahaan yang bersifat perseorangan. Pada umumnya, hanya pajak penghasilan yang akan dikenakan pada pemilik.
5. Dalam hal struktur organisasi, dapat lebih mudah untuk diatur karena tidak memerlukan banyak sumber daya manusia, dan juga hemat dari segi biaya.

6. Berbeda dibandingkan perusahaan lainnya, bukan hal biasa sebuah perusahaan yang bersifat perseorangan memiliki banyak bagian di dalamnya, sehingga pengelolaan menjadi lebih efektif dan efisien dari segi biaya maupun waktu.
7. Seluruh hal yang bersifat konfidensial mengenai perusahaan tersebut akan terjamin kerahasiaannya dikarenakan perusahaan bersifat perseorangan, sehingga tidak ada campur tangan pihak luar.

“Ruang Tamu” akan berdiri dengan bentuk perusahaan perseorangan, dimana jika terjadi sesuatu yang menimbulkan kemungkinan perubahan bentuk usaha, apabila masih sesuai dan sejalan dengan rencana yang telah ditetapkan oleh penulis, maka perubahan bentuk usaha akan dilakukan.