

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasirjambu, Kabupaten Bandung merupakan salah satu kecamatan yang terletak di selatan Kota Bandung. Kecamatan ini yang berbatasan langsung juga sebagai jalur utama menuju Kecamatan Ciwidey dan Kecamatan Rancabali yang sangat kaya akan keindahan alam menurut berbagai sumber *online travel agency* seperti tripadvisor, traveloka dan juga menjadi bahan perbincangan karena memiliki banyak destinasi wisata, baik wisata alam maupun wisata buatan. Selain terkenal akan wisata alamnya, kawasan Ciwidey juga memiliki wisata budaya dan desa wisata sebagai bentuk edukasi kepada wisatawan akan kehidupan masyarakat Sunda. Kabupaten Bandung juga memiliki keberagam kuliner khas masyarakat Sunda, mulai dari sambalnya yang terkenal dan digemari wisatawan juga masyarakat setempat tentunya dengan harga yang relatif ekonomis, serta memiliki kue-kue tradisional dan minuman yang unik. Hal tersebut menjadikan Kabupaten ini memiliki potensi yang sangat besar bagi pelaku bisnis untuk membuat suatu usaha, karena tingginya jumlah kunjungan selain wisatawan domestik juga wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kabupaten Bandung khususnya ke kawasan Bandung Selatan dalam melakukan perjalanan wisata serta mencicipi kuliner khas Sunda.

Kunjungan wisatawan yang ramai tersebut dapat dibuktikan secara faktual melalui situs - situs resmi salah satunya yaitu situs Kementerian Pariwisata dan

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, yang mencatat kedatangan wisatawan domestik dan mancanegara.

TABEL 1.1

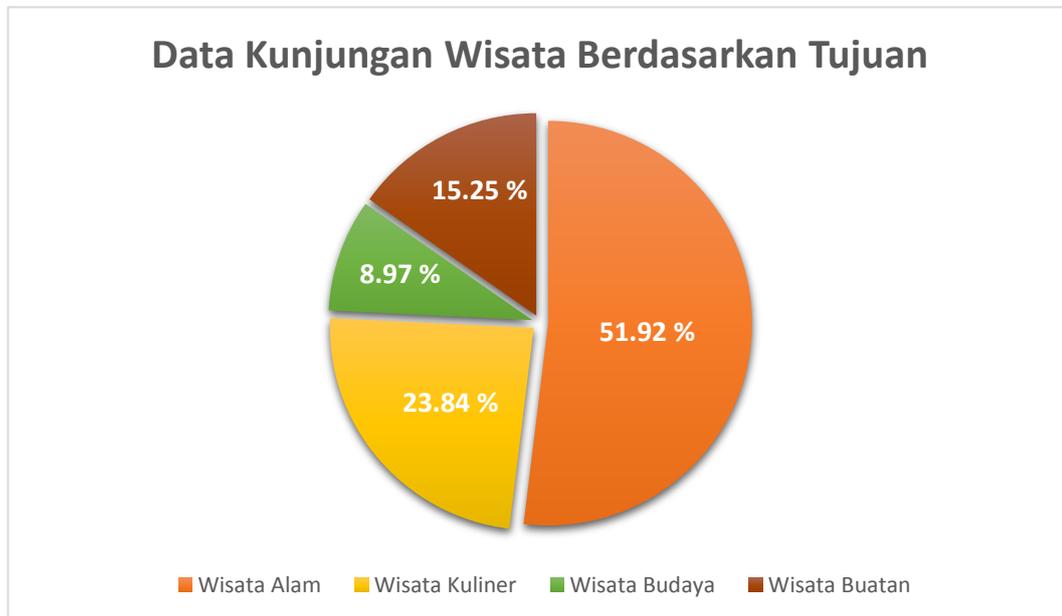
**KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN BANDUNG
PERIODE JANUARI-JUNI 2019**

BULAN						
	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN
	176.093	138.802	117.274	134.814	93.269	202.537
TOTAL	862.789					

Sumber: parbuddalamangka.jabarprov.go.id

Dari tabel diatas menunjukkan adanya peningkatan jumlah wisatawan baik lokal maupun domestik yang berkunjung ke Kabupaten Bandung. Hal tersebut juga didukung dengan adanya akses jalan tol Soroja yang mana meningkatkan kunjungan wisatawan dari tahun 2018 sebesar 20% berdasarkan data Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, yang dikutip dari Kompas.com. Para wisatawan tentunya memiliki tujuan masing - masing dalam melakukan kunjungan wisata diantaranya, berwisata alam, wisata budaya, perjalanan bisnis, *study tour* dan wisata kuliner.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung pada tahun awal tahun 2019 saja sudah mencapai 176.039 pengunjung dan masing-masing memiliki berbagai macam tujuan, sebagai berikut:

GAMBAR 1.1**DATA KUNJUNGAN WISATAWAN DI BANDUNG**

Sumber: Olahan Penulis

Data diatas didapat berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan pada bulan Juni 2019, dapat penulis simpulkan dari hasil perhitungan persentase pengunjung atau wisatawan yang datang dengan memiliki tujuan untuk berwisata alam cukup tinggi, yakni 51.92 persen dari 105860 jiwa yaitu sekitar 54963 wisatawan pada bulan Juni. Selain itu, kunjungan wisatawan yang bertujuan untuk kuliner sebesar 25245 orang. Dan untuk berwisata budaya mencapai 9500 orang. Sumber www.bandungkab.go.id

Tingginya tingkat kunjungan wisatawan merupakan sebuah peluang besar bagi pebisnis untuk mendirikan sebuah usaha bisnis restoran untuk mendorong kegiatan ekonomi pariwisata salah satunya dibidang kuliner. Karena, setiap kegiatan manusia pasti membutuhkan makan dan minum. Dengan semakin

berkembangnya bisnis restoran di kawasan wisata Bandung Selatan, diharapkan dapat berdampak baik langsung bagi kegiatan ekonomi masyarakat dan juga sebagai daya tarik bagi wisatawan lainnya.

Makanan merupakan kebutuhan primer. Saat ini menyantap makan di restoran menjadi sebuah gaya hidup yang harus dipenuhi oleh masyarakat, baik itu sekedar makan minum untuk melanjutkan aktifitas, berkumpul bersama keluarga, berlibur, berekreasi atau bahkan sekedar membuat sebuah konten bagi pengguna media sosial, dan juga beberapa orang membuat restoran sebagai mata pencaharian mereka, salah satu contoh yakni *food vlogger*, *youtuber* dan juga masih banyak terdapat alasan mengapa semakin banyak masyarakat memilih untuk makan di restoran.

Restoran merupakan salah satu usaha yang terbilang berkembang sekarang ini dan juga salah satu bidang usaha yang masih dapat bertahan di dalam kondisi perekonomian yang fluktuatif khususnya di kawasan wisata Kabupaten Bandung. Usaha restoran juga merupakan sebuah pilihan yang tepat di tengah kondisi kunjungan wisatawan yang kian terus meningkat. Banyak pengusaha mendirikan restoran-restoran yang menyajikan keanekaragaman menu dan juga harganya yang kompetitif. Hal tersebut membuat persaingan yang semakin ketat dalam bidang usaha makanan ini. Alasan mendasar dalam memilih restoran sebagai kegiatan bisnis adalah setiap orang membutuhkan makanan dan minuman untuk hidup karena 2 hal tersebut merupakan kebutuhan primer setiap manusia. Namun kebutuhan tersebut teruslah berkembang sesuai dengan *lifestyle* yang mengikuti perkembangan zaman.

Restoran sendiri merupakan istilah umum dalam suatu kegiatan usaha pariwisata di bidang kuliner yang menyajikan pelayanan makanan dan minuman kepada pelanggan dengan tarif yang sudah ditentukan. Pengertian restoran menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No.11 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat (2) adalah, “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.” Berdasarkan kutipan yang telah dicantumkan penulis, dapat disimpulkan bahwa restoran merupakan sebuah tempat yang diorganisasi secara komersial yang mana menyelenggarakan kegiatan usaha dalam menyediakan pelayanan makanan dan minuman serta jasa dengan baik yang diperuntukan kepada masyarakat atau pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya juga dikelola secara profesional. Restoran juga memiliki tujuan selain untuk memuaskan para pelanggan juga dalam mencari keuntungan untuk bisnis itu sendiri. Tidak hanya satu, restoran memiliki berbagai macam jenis yang digolongkan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditetapkan dan salah satunya adalah *specialty restaurant*.

Pengertian *specialty restaurant* Menurut Atmojo (2005:7). “7. *Specialty restaurant* merupakan tempat untuk makan dan minum yang memiliki tema khusus atau kekhususan menu masakan yang akan disajikan dan biasanya memiliki citarasa yang berbeda dengan restoran lain. “ berdasarkan teori kutipan diatas, penulis simpulkan bahwa *specialty restaurant* merupakan sebuah restoran yang menyajikan makanan dan minuman dengan rasa otentik berdasarkan daerah

dari tema restoran tersebut. Selain produk makanan minuman, produk restoran berupa pelayanan dan atmosfer juga dirancang khusus sesuai dengan tema restoran tersebut. Mulai dari jenis pelayanan, tempat makan dan minum, desain, dekorasi hingga ke perilaku pegawai.

Restoran ini menawarkan sebuah pengalaman baru bagi tamu yakni memberikan pelayanan dengan konsep gastronomi. Menurut Gilleispie (2001) “Gastronomi atau tata boga adalah seni, atau ilmu akan makanan yang baik (*good eating*). Sumber lain menyebutkan gastronomi sebagai studi mengenai hubungan antara budaya dengan makanan sebagai pusatnya.” Dapat penulis disimpulkan, bahwa gastronomi merupakan perpaduan antara budaya dengan seni juga ilmu kuliner baik dalam tata cara penyajian juga dalam segi keilmuan yang mempelajari bagaimana makanan dan minuman itu diolah dan diproses hingga sampai dihadapan pelanggan. Sehingga, selain memberikan sebuah wawasan dan pengalaman berkesan bagi tamu, gastronomi juga merupakan sebuah proses pengaplikasian dari pelestarian budaya, khususnya budaya Indonesia seperti yang telah dikonsepsikan penulis.

Dengan konsep diatas, penulis belum dapat menemukan pesaing usaha sejenis yang memadukan antara *specialty restaurant* dengan konsep *Sundanese gastronomy* di Kabupaten Bandung. Hal tersebut menjadi sebuah keuntungan untuk mengembangkan bisnis tersebut. Menurut Daryanto (2014:24) menyebutkan bahwa, Rencana bisnis yang baik, harus dapat menjelaskan 4 bagian penting berikut: gambaran usaha, pemasaran, keuangan, dan manajemen. Menjelaskan dalam bagian sebuah perencanaan usaha akan mencakup berbagai

aspek, aspek produk, aspek prasarana dan aspek operasional yang termasuk kedalam bagian kegiatan manajemen.

Penulis akan mendirikan sebuah restoran dimana restoran tersebut akan menyajikan berbagai macam makanan dan minuman yang akan memadukan seni kuliner dengan nilai – nilai budaya lokal Indonesia khususnya budaya Sunda, baik dari cara pengolahan sampai dengan cara penyajian makanan dan minuman. Selain itu, *venue* juga didesain dengan konsep terbuka karena udara sejuk dikawasan kaki pegunungan dan barang-barang khas Sunda untuk menggambarkan dan menceritakan budaya lokal Indonesia sehingga memberikan sebuah pengalaman berkesan bagi tamu. Tak hanya itu, penulis pun akan menambahkan bar jamu dan jajanan pasar *corner* dalam restoran itu. Hal tersebut yang menjadikan keunggulan dari restoran ini. Maka dari itu, penulis berencana untuk mendirikan suatu bisnis restoran di Kabupaten Bandung tepatnya di Jalan Raya Ciwidey KM.25, Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dan konsep bisnis yang telah dijelaskan seperti yang sudah dijelaskan, dengan ini penulis bertujuan untuk menyusun tugas akhir dalam bentuk perencanaan bisnis restoran dengan judul “**PERENCANAAN BISNIS SUNDANESE GASTRONOMY RESTAURANT DI KABUPATEN BANDUNG**”

B. Gambaran Umum Usaha Sejenis

Sebuah persaingan pasti terjadi dalam setiap kegiatan usaha, bahkan hingga industri pariwisata dibidang kuliner sekalipun. Tidak hanya berasal dari usaha sejenis saja, namun juga persaingan yang terjadi dapat berasal dari bisnis bisnis

yang bahkan berbeda dari segi jenis usahanya. Hal inilah yang harus diantisipasi oleh pebisnis dalam melakukan riset, analisa, dan evaluasi kekuatan serta kelemahan dari bisnis pesaing demi menjaga konsistensi perusahaan dimasa kini dan juga berkelanjutan. Menurut Kotler (2008:269) mengenai jenis jenis pesaing berdasarkan persaingan dalam tingkat substitusi produk sebagai berikut:

1. Persaingan Merek

Yakni persaingan yang terjadi apabila usaha lain menawarkan produk sejenis dengan harga yang sama.

2. Persaingan Industri

Persaingan ini terjadi apabila pelaku usaha melihat usaha lain menawarkan produk yang sama.

3. Persaingan Bentuk

Persaingan terjadi dengan melihat usaha lain yang memberikan produk dengan tujuan dan manfaat yang sama.

4. Persaingan Umum

Persaingan ini terjadi apabila suatu perusahaan menganggap semua usaha pesaingnya adalah semua perusahaan yang bersaing dalam mencari keuntungan finansial yang sama.

Berdasarkan pendapat Kotler, penulis dapat menyimpulkan bahwa tidak terdapat usaha pesaing di Kabupaten Bandung yang sejenis dari segi pelayanan gastronomi dengan restoran yang akan didirikan oleh penulis. Namun, masih terdapat beberapa usaha pesaing serupa yakni restoran – restoran yang menyajikan produk makanan, minuman, dan atmosfer yang sama, sebagai berikut :

TABEL 1.2

PESAING USAHA SERUPA KAWASAN PASIRJAMBU BANDUNG

No	Restoran	Alamat
1	Sindang Reret Ciwidey	Jl. Raya Provinsi Ciwidey, Tenjolaya, Bandung, Kab. Bandung, Jawa Barat 40972
2	Saung Sari Kahuripan	JL Pasir Jambu, KM 27 No. 59, Pasir Jambu, Cisondari, Kec. Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat 40972
3	Wangi Padi Resto	Jl. Raya Soreang-Ciwidey, Cisondari, Kec. Pasirjambu, Bandung, Jawa Barat 40972
4	Kampung Gombang	Jalan Raya Ciwidey, Cukanggenteng, Pasirjambu, Sukajadi, Kec. Soreang, Bandung, Jawa Barat 40972

Sumber : Olahan Penulis

Dari 4 usaha sejenis diatas, restoran tersebut berjarak kurang lebih 5 km dari lokasi restoran penulis. restoran tersebut juga serupa karena menyajikan produk makanan dan minuman tradisional Sunda. Untuk restoran Sindang Reret dan Kampung Gombang selain berfokus pada produk makanan, usaha tersebut juga berfokus pada jasa akomodasi penginapan dan area *outbond*. Sedangkan untuk Saung Sari Kahuripan dan Wangi Padi Resto berfokuskan pada produk makanannya saja.

C. Analisis Peluang dan Hambatan

Dalam membuat suatu perencanaan bisnis haruslah didukung dengan ide-ide, inovasi, dan konsep yang kuat juga baru, dengan menganalisa serta mengevaluasi setiap faktor pada usaha yang akan dibuat. Analisa SWOT sebagai salah satu strategi dalam upaya yang dilakukan kegiatan usaha untuk melakukan penetapan strategi bisnis melalui tindak evaluasi suatu kasus sehingga dapat menemukan

solusi dari kasus tersebut. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Pengertian analisis SWOT menurut Jogiyanto (2005) Analisis SWOT adalah suatu penilaian atas kelemahan-kelemahan dan kekuatan-kekuatan dari semua sumber daya yang dimiliki oleh organisasi. Hal ini juga mencakup tantangan yang akan dihadapi dan kesempatan eksternal kedepannya. Berdasarkan teori tersebut, maka analisis SWOT dari perencanaan bisnis restoran adalah sebagai berikut :

a. *Strength*

Kekuatan internal dari restoran ini terletak pada nilai produk, juga dari sisi kualitas dan bahan - bahan yang digunakan tentu menggunakan kualitas yang baik dengan *fresh ingredients*. Dan juga menawarkan berbagai varian menu khas Sunda dengan harga terjangkau. Produk makanan minuman yang ditawarkan juga diolah dan disajikan secara tradisional seperti yang telah dikonsepsikan oleh penulis, yakni melalui seni memasak asli masyarakat Sunda yang akan membuat kesan pada pengunjung.

Selain produk makanan minuman, standar pelayanan yang diberikan akan berbeda. Sesuai dengan konsep *sundanese gastronomy*, makan pengunjung yang baru saja tiba akan dibawa berkeliling restoran dan diberikan penjelasan mengenai alat-alat tradisional serta kebudayaan masyarakat Sunda sebelum melakukan santap makanan.

Desain *venue* restoran ini juga merupakan sumber kekuatan dalam menarik minat para wisatawan, dikarenakan penulis menggunakan konsep budaya masyarakat Sunda. Setiap *spot* pada restoran ini akan mengangkat kearifan budaya Jawa Barat yang berbeda, seperti adanya *hawu*, *karumbung*, *sirib*,

lisung, jubleg dan masih banyak lagi. Adapun *spot* yang akan didesain sebagai bar jamu dan jajanan pasar *corner*. Hal tersebut akan menambah ketertarikan tamu juga membuat para pengunjung tidak mudah bosan karena desain tempat yang sangat *trendy* dan *instagramable*.

b. Weakness

Tingkat variatif menu yang tinggi dan juga cara pengolahan tradisional akan memberikan dampak juga terhadap produk restoran, terutama *fresh ingredients* dan juga rempah rempah serta beberapa pengolahan produk yang memakan waktu cukup lama sehingga konsistensi produk akan menjadi tidak stabil.

Selain itu, standar pelayanan yang cukup memakan waktu akan membuat tamu bosan, atau tamu baru yang tidak tertangani. Hal tersebut menjadi sebuah pertimbangan bagi para pelanggan dalam mengunjungi restaurant untuk kedua kalinya. Dikarenakan rasa kecewa pelanggan dan harapan pelangga untuk mencicipi produk sama atau lainnya tidak terpenuhi. Maka faktor tersebut menjadi kelemahan serta hal yang harus disiasati ulang oleh penulis.

c. Opportunities

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan ke Ciwidey, usaha dibidang kuliner akan menjadi sebuah peluang besar bagi pebisnis. Dikarenakan pangan sebagai kebutuhan primer manusia. Selain itu, setelah diresmikannya tol soroja, membuat kunjungan wisata semakin meningkat lagi. Lokasi restoran ini juga berada di jalan provinsi yang mana merupakan jalur utama dan satu-satunya menuju kawasan wisata Ciwidey, maka restoran ini akan memiliki peluang yang cukup bagus.

d. Threat

Setiap bisnis usaha pasti memiliki ancaman untuk bisnisnya sendiri, baik itu kecil maupun besar. Di Bandung khususnya, bisnis kuliner sudah sangat banyak, bahkan terdapat lebih dari satu jenis usaha yang sama dalam radius 5km. hal tersebut membuat persaingan yang ketat dalam persaingan harga, hingga persaingan bisnis restoran yang menjual produk yang sama sekalipun dengan harga yang lebih terjangkau pula.

D. Jenis / Badan Usaha dan Struktur Personalia

1. Jenis Badan Usaha

Dalam membuat suatu bisnis usaha, pebisnis harus memilih jenis badan usaha apa yang akan di pilih untuk bisnis usahanya. Setiap jenis badan usaha memiliki kelebihan dan kekurangannya masing – masing, disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan dari bisnis yang akan dibuat. Dikarenakan restoran yang akan didirikan merupakan usaha swasta, maka berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 pengertian badan usaha milik swasta adalah, “bidang-bidang usaha yang diberikan kepada pihak swasta adalah mengelola sumber daya ekonomi yang bersifat tidak vital dan strategis atau yang tidak menguasai hajat hidup orang banyak.” Berdasarkan pasal tersebut dapat ditarik kesimpulan yaitu badan usaha yang didirikan dan dimiliki oleh pihak swasta, dan tidak menguasai hajat hidup orang banyak yang berorientasi pada keuntungan.

Maka bisnis usaha yang akan didirikan penulis di Kabupaten Bandung di bentuk dengan badan usaha yaitu CV (*Comanditaire Venootschap*). Dikarenakan mudahnya prosedur, syarat – syarat dalam mendirikan CV dan juga memiliki

karakter yang lebih fleksibel, mulai dari ketentuan nama perusahaan hingga manajemen CV yang di nilai lebih mudah di bandingkan dengan badan usaha yang lainnya.

Menurut Sukmadi (2017 : 6), CV adalah “Suatu perseroan yang didirikan disatu pihak oleh seorang atau lebih yang secara tanggung menanggung bertanggung jawab seluruhnya dan di lain pihak seorang atau lebih pemilik modal hanya bertanggung jawab sebanyak modal yang di masukan ke dalam perseroan.” Diartikan bahwa untuk mendirikan sebuah badan usaha CV diperlukan sekurangnya ada 2 orang atau lebih yang terlibat dalam usaha tersebut. Yang mana nantinya akan dibagi menjadi 2 tugas utama, yakni sekutu aktif dan sekutu pasif. Sekutu aktif adalah orang yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan baik oprasional ataupun hubungan suatu usaha dengan pihak ketiga. Sedangkan sekutu pasif sebagai pihak yang menginvestasikan atau menyimpan dana sebagai modal penunjang berjalannya usaha tersebut. Pada pasal 16 – 35 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata (KUHD) menjelaskan prosedur atau tata cara dalam mendirikan suatu badan usaha CV, sebagai berikut :

1. Membuat akta Pendirian di hadapan Notaris yang dijadikan sebagai alat bukti.
2. Adapun ikhtisar isi resmi dari Akta Pendirian Persekutuan Komanditer meliputi
 - a. Nama lengkap, pekerjaan & tempat tinggal para pendiri.
 - b. Penetapan nama Persekutuan Komanditer.
 - c. Keterangan mengenai Persekutuan Komanditer itu bersifat umum atau terbatas untuk menjalankan sebuah perusahaan cabang secara khusus.
 - d. Nama sekutu yang tidak berkuasa untuk menandatangani perjanjian atas nama persekutuan.
 - e. Waktu mulai dan berlakunya Persekutuan Komanditer.
 - f. Hal-hal penting lainnya yang berkaitan dengan pihak ketiga terhadap sekutu pendiri.
 - g. Tanggal pendaftaran akta pendirian ke Pengadilan Negeri.

- h. Pembentukan kas uang dari Persekutuan Komanditer yang khusus disediakan bagi penagih dari pihak ketiga, yang jika sudah kosong berlakulah tanggung jawab sekutu secara pribadi untuk keseluruhan.
 - i. Pengeluaran satu atau beberapa sekutu dari wewenangnya untuk bertindak atas nama persekutuan.
 3. Akta Notaris yang sudah di buat, didaftarkan ke Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang berwenang. CV tersebut di daftarkan pada Pengadilan Negeri di tempat kedudukan atau wilayah hukum CV, dengan membawa kelengkapan berupa Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama CV yang bersangkutan.
 4. Para pendiri CV diwajibkan untuk mengumumkan ikhtisar resmi akta pendiriannya dalam Tambahan Berita Negera Republik Indonesia.

2. Struktur Personalia atau Organisasi

Struktur manajemen sangatlah dibutuhkan khususnya bagi suatu organisasi, yang mana memudahkan atasan dalam memberikan instruksi dan juga pembagian tugas sesuai tanggung jawab setiap jabatan sehingga sebuah perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Menurut Sukmadi (2017 : 69) menyatakan bahwa, “Organisasi adalah suatu wadah atau pun tempat di mana orang – orang dapat bersama – sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.” Sehingga dapat dijelaskan bahwa organisasi sebagai tempat berkumpulnya orang – orang yang akan berkerja bersama sama untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan

Dan juga terdapat beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap pembuatan struktur organisasi, seperti yang dilansir oleh J. Salusu (2004 : 417) yaitu, “Penetapan struktur yang dipilih biasanya didasarkan atas tujuh faktor kunci yaitu

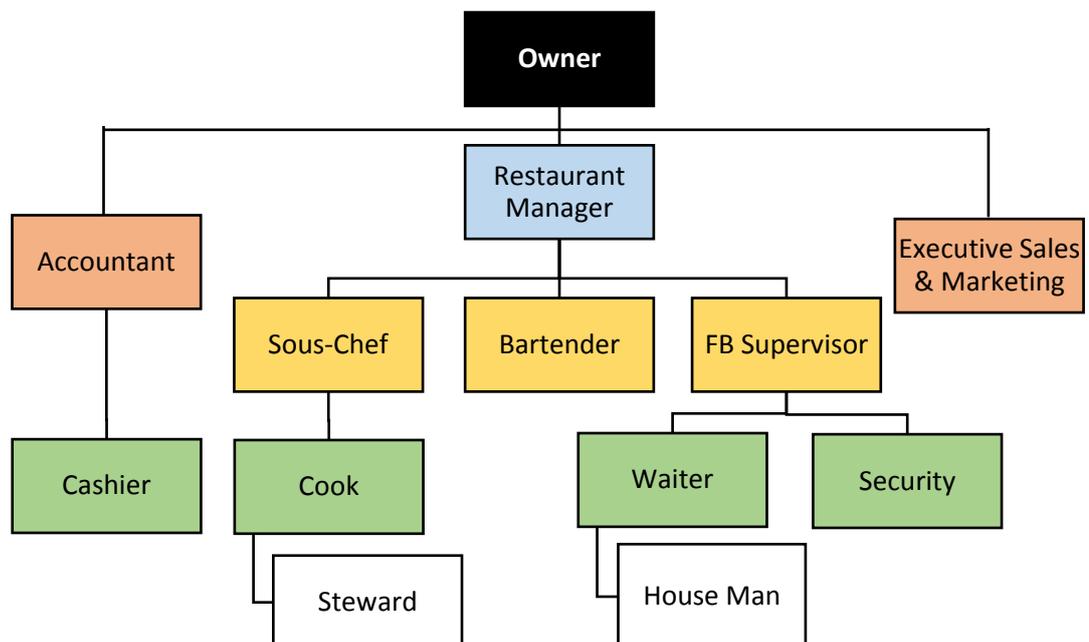
1. Besarnya organisasi
2. Teknologi

3. Lingkungan
4. Falsalah manajemen puncak
5. Pertimbangan geografis
6. Organisasi informal
7. Strategi

Berdasarkan hal tersebut, penulis telah membuat sebuah rencana struktur organisasi untuk perencanaan bisnis restoran ini, sebagai berikut :

GAMBAR 1.2

RENCANA STRUKTUR ORGANISASI



Sumber: Desain penulis

E. Lokasi

Perencanaan bisnis Restoran ini akan berlokasi di Kabupaten Bandung, tepatnya di Jalan Raya Ciwidey KM.25. Penentuan lokasi bisnis di daerah tersebut dilakukan karena menurut penulis, Jalan Raya Ciwidey merupakan jalan yang strategis untuk mendirikan sebuah restoran yang mana merupakan jalan utama menuju kawasan wisata di Ciwidey. Selain itu, lokasi restoran berdekatan dengan pom bensin pertama dan terakhir menuju kawasan Ciwidey sebagai tempat *rest area*. Lokasi yang berjarak 5 km dari alun-alun Ciwidey ini terdapat banyak penginapan, pusat toko oleh-oleh khas Ciwidey, dan juga pasar Ciwidey. Sehingga memiliki potensi daya beli yang lebih tinggi bagi wisatawan yang berkunjung ke Ciwidey.

GAMBAR 1.3

LOKASI PERENCANAAN *SUNDANESE GASTRONOMY RESTAURANT* DI JALAN RAYA CIWIDEY KM.25



Sumber: Dokumen Pribadi



Sumber: Google Maps

Lokasi tersebut memiliki luas tanah 3747 meter persegi dan luas bangunan 473 meter persegi dengan luas muka 50 meter. Tanah yang ditawarkan sudah ber Sertifikasi Hak Miliki dan Izin Mendirikan Bangunan. Lokasi tersebut merupakan milik pribadi penulis.