

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti saat ini, pekerjaan dengan penghasilan yang mencukupi sangat sulit untuk didapat. Keadaan ekonomi yang semakin sulit, dan persaingan yang semakin sengit berlomba-lomba untuk melawan kemiskinan. Setiap orang dituntut untuk pandai membaca peluang, dan kreatif sekaligus inovatif dalam memanfaatkan setiap kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraannya.

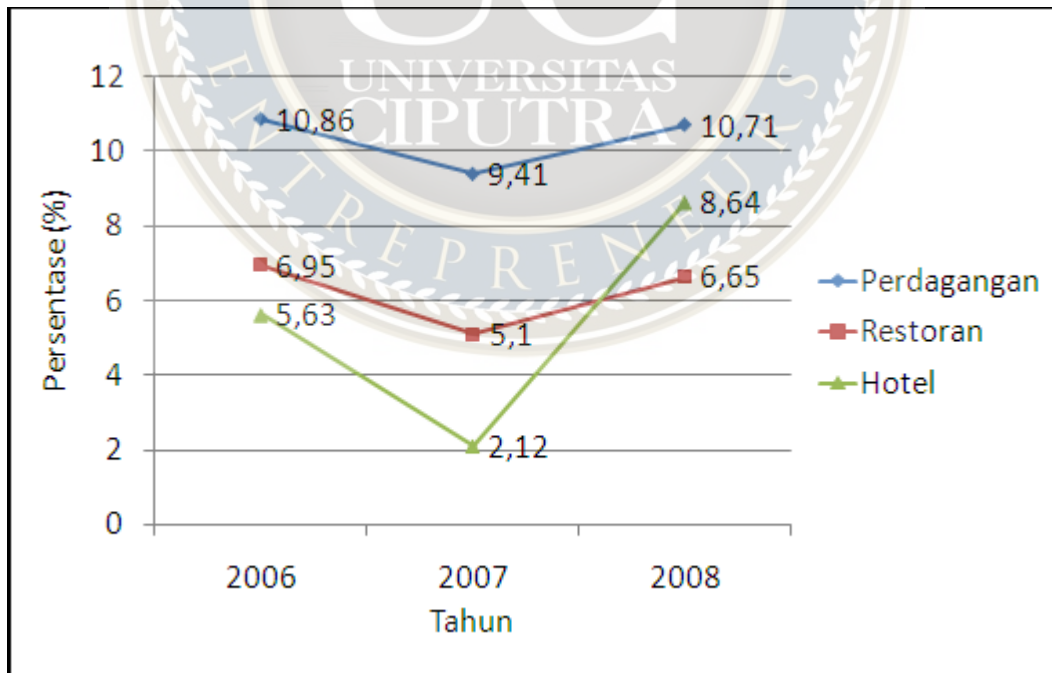
Menjadi wirausaha adalah salah satu cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan. Banyak alasan mengapa seseorang mau menjadi wirausaha antara lain, ingin menjadi pemimpin untuk diri sendiri, memenuhi mimpi, ingin berusaha setelah terkena PHK, mewarisi usaha orang tua, dan mempunyai dan memanfaatkan talentanya (Wade, 2006:xv). Menjadi wirausaha, berarti terjun dalam suatu bidang industri tertentu. Salah satu industri yang terus bertumbuh adalah restoran. Restoran adalah tempat dimana orang dapat membeli dan mengkonsumsi makanan (*Concise Oxford English Dictionary*). Data Center Surabaya menunjukkan dengan data melalui Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya melalui Tabel 1.1 bahwa, pada sektor Perdagangan, Hotel, dan Restoran memiliki tingkat pertumbuhan pada Tahun 2006 sebesar 9,36%, Tahun 2007 sebesar 7,75%, dan Tahun 2008 sebesar 9,30%. Dari data tersebut, restoran memiliki pertumbuhan pada

Tabel 1.1
 Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya (%)

Sektor/Sub-sektor	2006	2007	2008
Perdagangan, Hotel dan Restoran	9,36%	7,75%	9,30%
1. Perdagangan	10,86%	9,41%	10,71%
2. Hotel	5,63%	2,12%	8,64%
3. Restoran	6,95%	5,10%	6,65%

Sumber: Surabaya Data Center-BAPPEKO diolah

Tahun 2006 sebesar 6,95%, Tahun 2007 sebesar 5,10% dan Tahun 2008 sebesar 6,65%. Berarti untuk restoran pada Tahun 2007 mengalami penurunan tingkat pertumbuhan sebesar 1,85%, dan pada Tahun 2008 mengalami peningkatan tingkat pertumbuhan sebesar 1,55%.



Gambar 1.1
 Tren Pertumbuhan Perdagangan, Hotel, dan Restoran
 Sumber: Surabaya Data Center-BAPPEKO diolah

Jika melihat gambar 1.1, maka dapat dilihat bahwa tiga sub-sektor mengalami penurunan pada Tahun 2007 dan kembali meningkat pada Tahun 2008. Hal lain yang bisa didapat adalah meskipun pada Tahun 2007 mengalami penurunan tingkat pertumbuhan, angka tersebut masih positif dalam artian tiga sub-sektor tersebut mengalami pertumbuhan, dan untuk tingkat pertumbuhan restoran relatif stabil dengan tingkat pertumbuhan per Tahun sebesar 6,23%.

Selain itu, menurut Tabel 1.2, yaitu data tentang PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kota Surabaya Atas Dasar Harga Berlaku, sub-sektor restoran juga terus mengalami pertumbuhan.

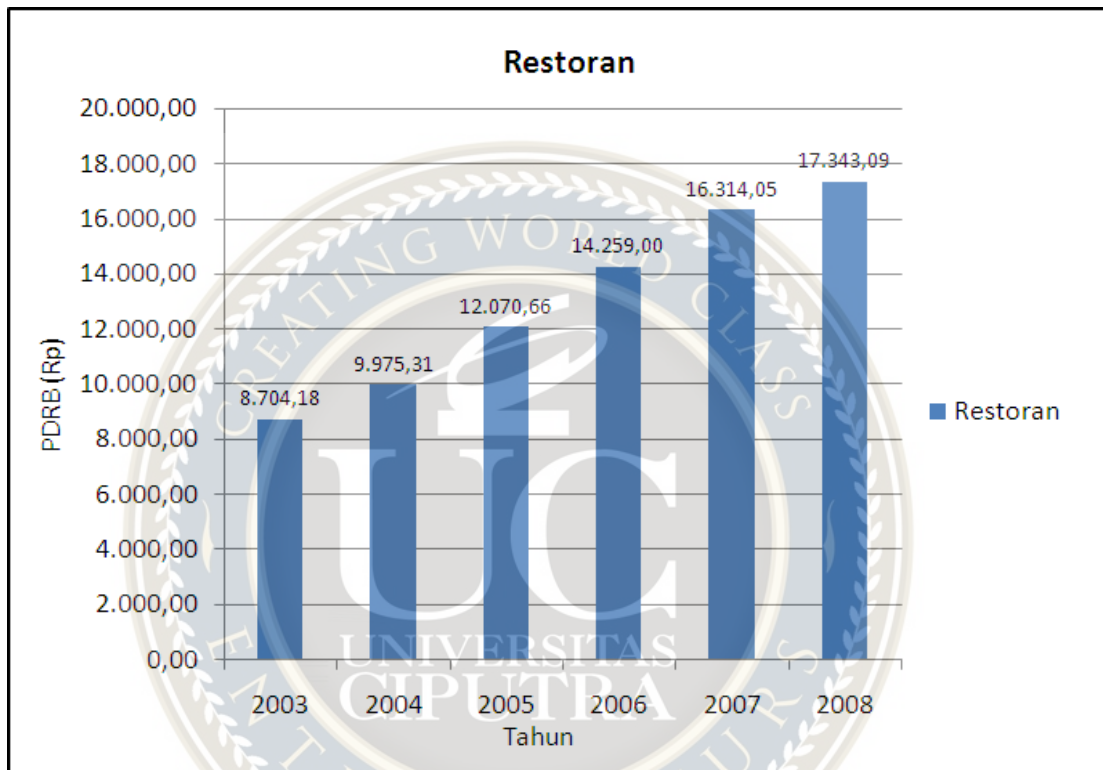
Tabel 1.2
PDRB Kota Surabaya Atas Dasar Harga Berlaku (dalam milyar Rupiah)

Sektor/Sub-Sektor	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	23.732,12	27.946,40	34.775,89	41.754,61	48.750,61	54.734,87
1. Perdagangan	14.351,63	17.241,11	21.878,38	26.584,23	31.496,95	36.329,13
2. Hotel	676,31	729,98	826,85	911,38	939,04	1.062,64
3. Restoran	8.704,18	9.975,31	12.070,66	14.259,00	16.314,05	17.343,09

Sumber: Surabaya Data Center-BAPPEKO diolah

Dari Tahun 2003 sampai Tahun 2008, tren sub-sektor restoran terus mengalami peningkatan. Tahun 2003 tercatat sebesar 8,704 trilyun rupiah, mengalami peningkatan sebesar 1,271 trilyun rupiah pada Tahun 2004 menjadi 9,975 trilyun rupiah. Tahun 2005 mengalami peningkatan sebesar 2,095 trilyun rupiah menjadi 12,070 trilyun rupiah. Tahun 2006 mengalami peningkatan sebesar 2,189 trilyun rupiah menjadi 14,259 trilyun rupiah. Tahun 2007 mengalami peningkatan sebesar 2,055 trilyun rupiah menjadi 16,314 trilyun rupiah. Tahun 2008 mengalami

peningkatan sebesar 1,029 trilyun rupiah menjadi 17,343 trilyun rupiah. Dari data tersebut dapat dihitung rata-rata kenaikan PDRB selama periode 2003 sampai 2008 adalah sebesar 1,728 trilyun rupiah.



Gambar 1.2
Grafik PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Sub-sektor Restoran Surabaya
Sumber: Surabaya Data Center-BAPPEKO diolah

Menurut gambar 1.2, grafik PDRB atas dasar harga berlaku sub-sektor restoran di Surabaya menunjukkan tren naik tiap Tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa usaha restoran selalu bertumbuh karena ada kesempatan untuk berusaha di bidang ini.

Usaha restoran adalah usaha yang selalu berkembang. Produk utama yang dijual dalam bisnis restoran adalah makanan. Tentunya kita semua tahu bahwa makanan merupakan kebutuhan primer manusia, dan manusia tidak pernah bisa lepas

dari kebutuhan akan makanan. Makanan itu sendiri selalu mengalami perubahan, baik dari segi rasa, kualitas, bahkan inovasi penyajian dan bahan baku di dalamnya yang semuanya bergantung pada keahlian dan kreatifitas, sehingga makanan yang terlihat sama, bisa berbeda antara satu restoran dengan restoran lainnya.

Restoran memiliki banyak tipe, dan selalu berevolusi dari waktu ke waktu sesuai dengan permintaan target market. Tiap tipe restoran tentunya memiliki target market yang spesifik (Wade, 2006:xvi). Salah satu dari tipe restoran yang sering dijumpai di Surabaya ini adalah restoran dengan tipe *quick serve* atau lebih dikenal dengan *fast food*. Tipe *fast food* ini dapat dengan mudah kita jumpai, terutama di daerah pusat perbelanjaan dimana restoran *fast food* ini terkonsentrasi di suatu tempat bernama *food court* walaupun tak menutup kemungkinan untuk memiliki tempat sendiri di dalam mall atau di luar mall yaitu dengan lahan sendiri. *Food court* menurut www.dictionary.reference.com (diakses tanggal 24 September 2010) adalah suatu tempat (umumnya di *shopping mall*) dimana *fast food* dijual. *Food court* dapat diartikan berbagai macam restoran cepat saji yang menjual produknya pada satu area khusus yang diperuntukkan untuk makan. Pola hidup masyarakat perkotaan seperti Surabaya yang serba sibuk, membuat permintaan terhadap makanan yang dapat disajikan dengan cepat, dan dapat dibawa sewaktu-waktu meningkat. Oleh karena itu, ada begitu banyak restoran *fast food* di Surabaya, baik dalam bentuk fisik sendiri, maupun di *food court* pusat perbelanjaan.

Berdasarkan observasi dan pencarian data sekunder dari Dinas Pariwisata melalui website www.datacenter.surabaya.go.id (diakses tanggal 13 September

2010), maka di Surabaya terdapat berbagai macam restoran *fast food*, baik berupa *franchise* luar negeri seperti *McDonalds*, *Kentucky Fried Chicken*, *A&W*, dan *Pizza Hut*, dan merek dalam negeri seperti *Mi Hotplet Singapura*, *Noodle Court*, dan *Hoka Hoka Bento*. Dari sekian banyak merek dagang tersebut, mayoritas menggunakan menu *western*, seperti *McDonalds*, *Kentucky Fried Chicken*, *A&W*, *Pizza Hut*, dan lain sebagainya. Untuk menu *Japanese* dikuasai oleh *Hoka Hoka Bento*, dan menu *Chinese* oleh *Mi Hotplet Singapura*, dan *Noodle Court*.

Ada banyak restoran dengan jenis dan menu yang bervariasi di *food court* Grand City Mall. Dari restoran-restoran tersebut, ada empat kompetitor potensial yaitu *Yammie Hotplate*, *Genghis Khan*, *Dim Sum* dan *Wah Kee*. *Yammie Hotplate* adalah restoran dengan konsep yang mirip dengan *Mi Hotplet Singapura* dengan kisaran harga antara Rp 15.000,00 sampai dengan Rp 40.000,00. *Genghis Khan* adalah restoran dengan konsep *Mongolian* yang masih berkaitan dengan *Chinese Food* dimana makanan dimasak dengan menggunakan alat penggorengan khusus dan berkonsep ambil sebanyak yang diinginkan. Harga ditawarkan mulai dari Rp35.000,00 sampai dengan Rp 50.000,00. *Wah Kee* adalah restoran *Chinese Food* dengan produk utamanya adalah mie dan nasi goreng dengan lauk-pauk bercitarasa oriental atau *Chinese Food*. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 15.000,00 sampai dengan Rp 30.000,00. *Dim Sum* hamper sama dengan *Wah Kee*, menjual menu nasi dengan lauk-pauknya, dan juga makanan kecil yang umumnya dinikmati dengan teh atau bubur.

Peluang bisnis inilah yang akan diteliti, yaitu sebuah restoran *fast food* dengan konsep makanan *Chinese* yang khas dari daerah-daerah di Tiongkok, yang *tastinya* disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia khususnya Surabaya. Restoran ini akan berlokasi di Grand City Mall di kawasan CBD (*Central Business District*) pusat kota Surabaya, dan akan diberi nama Chopsticks Express.

Standar menu yang digunakan tentunya tidak menggunakan babi atau bahan lain yang mengandung babi (halal) agar dapat dikonsumsi oleh semua golongan dan harus higienis. Keunikan yang ditonjolkan dari usaha restoran *fast food* ini adalah semua masakan di restoran ini akan mempromosikan penggunaan *100% Soybean Oil* yang lebih sehat, dan tidak menggunakan penyedap rasa atau MSG (*monosodium glutamate*).

Agar dapat bersaing, harga yang ditawarkan Chopsticks Express kurang lebih sama dengan kompetitor lainnya dalam keadaan tanpa diskon atau promo, yaitu berkisar antara Rp 15.000,- sampai dengan Rp 35.000,-. Penentuan harga berdasarkan jenis makanan yang sejenis, dan rata-rata harga menu *fast food* yang ditawarkan di tempat lain.

Tempat yang dipilih adalah Grand City Mall, yaitu sebuah pusat perbelanjaan yang berlokasi strategis di kawasan CBD (*Central Business District*) pusat kota Surabaya. Pusat perbelanjaan ini memiliki prospek yang baik karena berdekatan dengan perkantoran dan pusat pemerintahan di pusat kota Surabaya dan didukung dengan fasilitas penunjang seperti *convention hall* dan *exhibition hall* yang besar sehingga berpotensi mendatangkan banyak pengunjung.

Promosi yang ditawarkan dalam Chopsticks Express adalah diskon, dan penawaran paket yang terdiri dari nasi dan satu lauk pilihan. Konsumen dapat memperoleh dua lauk pilihan hanya dengan menambah sejumlah harga tertentu dari harga paket. Konsumen dapat memilih makanan yang diinginkan dengan melihat menu yang dipasang di dinding *outlet*, atau dapat juga melihat di *bain marie* yang ada di depan stan. Selanjutnya, karyawan akan mengambil pesanan dan diserahkan ke konsumen. Konsumen dapat bergeser ke depan kasir untuk memesan minuman, dan membayar makanannya. Untuk desain, yang dipilih adalah *signboard* besar yang dipasang di atas *outlet* dengan desain yang menarik dan bertema oriental. Karena usaha ini bernama Chopsticks Express, maka untuk logo usaha akan bertema *chopsticks* atau sumpit. Agar dapat mencapai hasil yang optimal, maka studi kelayakan harus dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pendekatan aspek pasar, aspek teknis, aspek SDM, aspek hukum, dan aspek keuangan, apakah bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express ini layak untuk didirikan?

1.3. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian studi kelayakan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan hanya dalam ruang lingkup kelayakan berdirinya bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek SDM, aspek hukum, dan aspek keuangan.
2. Estimasi perencanaan dilakukan untuk tiga Tahun, yaitu Tahun 2012, Tahun 2013, dan Tahun 2014.
3. Pembatasan penelitian pesaing dibatasi pada pesaing dengan jenis produk *Chinese Food* yang berlokasi di *food court* Grand City Mall

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengetahui layak atau tidaknya bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express didirikan, ditinjau dari aspek hukum, aspek pemasaran, aspek SDM, aspek teknis, dan aspek keuangan.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penulis lain yang melakukan penelitian studi kelayakan atau untuk pembandingan kelayakan pendirian bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express dari segi eksternal dan internal.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai dasar, dan pedoman dalam mendirikan, dan mengembangkan bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express.

2. Bagi investor

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar potensi dalam bisnis restoran *fast food* Chopsticks Express.

3. Bagi pengusaha

Sebagai bahan pertimbangan mengenai kondisi pasar dan estimasi keuangan dalam bisnis restoran *fast food* di Surabaya.

