

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia membutuhkan makanan sebagai energi untuk kebutuhan jasmani serta melakukan kegiatan sehari-hari. Manusia membutuhkan makanan seperti kendaraan membutuhkan bahan bakar agar dapat berjalan. Walaupun seseorang hanya berada di atas ranjang seharian, manusia tetap membutuhkan energi untuk kebutuhan tubuhnya, seperti memompa darah, bernafas, serta untuk pembentukan sel-sel tubuh dan lainnya. Maslow mengidentifikasikan bahwa ada lima kategori kebutuhan manusia (psikologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri) dan menyatakan bahwa kebutuhan dasar seperti makan dan tempat tinggal harus terpenuhi lebih dulu sebelum kebutuhan lainnya dipenuhi (Lovelock 2007: p.73). Oleh karena itu makan sudah menjadi kebutuhan utama tiap manusia.

Pada saat anda menikmati makanan, anda akan terhubung dengan gaya hidup dan cita rasa kehidupan (Piero Ferruci, 2009:10). Berdasarkan pernyataan Ferruci, menikmati makanan sekarang bukan lagi menjadi bagian dari kebutuhan, tetapi sudah menjadi salah satu gaya hidup. Menyantap hidangan di tempat yang berkelas menjadi bagian gaya hidup masyarakat modern saat ini. Gaya hidup yang semakin lama semakin maju membuat semua orang ingin merasakan keunikan suasana sewaktu menikmati hidangan. Banyak orang yang datang ke suatu

restoran tidak selalu karena kelezatan dari hidangan restoran tersebut, melainkan karena suasana dan *prestige* yang ditawarkan oleh restoran tersebut, sehingga bisa disimpulkan bahwa kelezatan makanan bukan lagi menjadi hal utama yang harus diperhatikan, masih banyak faktor-faktor lain seperti pelayanan, keramahan, kecepatan penyajian, suasana.

Salah satu jenis restoran untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup adalah *fine dining* restoran. *Fine dining* bukan sekadar tempat makan dimana orang bisa datang dan menyantap hidangan bersama dengan suasana yang ramai. Ada kebutuhan formal mulai dari pakaian, penataan meja makan, dan juga pelayanan yang diberikan. *Fine dining* merupakan tempat makan malam yang cocok bagi pasangan-pasangan yang ingin mendapatkan suasana romantis dalam menikmati hidangan dengan pasangannya. Menurut Kye-Sung Chon dan Thomas (2009, p.202) “*Fine Dining restaurant is characterized by a high level of attentive table service, expensive looking furnishings and decor, and fine cuisine. This category of restaurant sometimes is referred to as ‘white tablecloth,’ as table in such establishments are often covered in white linen and set with fine china and flatware and crystal glasses.*” Selain itu menurut John (2007, p.05) “*fine dining restaurants are distinguished by fine cuisine prepared by celebrity chefs, attentive service, stylish décor, and high prices.*” Keunggulan dari makanan di restoran *fine dining* sendiri adalah suatu hal yang harus diutamakan, karena harga yang ditentukan biasanya tinggi untuk standar restoran *fine dining*. Restoran *fine dining* biasanya memiliki peraturan tidak tertulis dimana pelanggan yang datang harus menggunakan pakaian formal untuk menikmati makan malam.

Hamsi Pramono (2008:10) mengatakan bahwa kekayaan hasil laut di Indonesia sangatlah luar biasa, tetapi belum dikelola dengan baik, sehingga masih menyimpan potensi devisa yang luar biasa. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa kekayaan laut yang dimiliki Indonesia sangat banyak dan beragam, tetapi hanya sedikit yang diketahui oleh dunia. Walaupun tidak mendatangkan devisa secara langsung, La Vie Marine ingin menghadirkan sebuah tema baru dengan konsep *fine dining* restoran menggunakan menu kekayaan khas lautan Indonesia. Karena hasil laut yang ada di Indonesia belum dimanfaatkan semaksimal mungkin, maka dari itu La Vie Marine mencoba untuk menggunakan hasil laut khas Indonesia agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun asing.

1.2. Visi dan Misi

1.2.1. Visi

Menjadi restoran *fine dining* dengan menu hidangan dari hasil kekayaan laut Indonesia yang mengedepankan kualitas, rasa, dan pelayanan.

1.2.2. Misi

1. Menjadi *high class fine dining* yang memberikan pelayanan yang terbaik dan ramah kepada pelanggan.
2. Menghadirkan menu-menu baru dengan bahan dasar hidangan laut khas Indonesia yang berkualitas.
3. Memberikan *design* restoran dengan tema lautan dan memiliki suasana yang nyaman.

1.3. Tujuan

1.3.1. Tujuan Bisnis Jangka Pendek

1. Memberikan nuansa baru dalam menikmati hidangan laut di restoran *fine dining* yang berkelas.
2. Menjadi tempat pilihan untuk pelanggan dalam menikmati makan malam yang romantis.
3. Mengangkat menu Indonesia menjadi menu dengan kualitas internasional.
4. Mencapai BEP (*Break Even Point*)

1.3.2. Tujuan Bisnis Jangka Panjang

1. Melakukan ekspansi di kota-kota besar di Indonesia
2. Menjadi salah satu tempat destinasi tempat makan bagi wisatawan asing.
3. Menjadi ikon *fine dining* restoran *seafood* khas Indonesia di Surabaya.

1.4. Manfaat Bisnis

1. Manfaat bagi masyarakat :
 - a. Dengan dibukanya La Vie Marine, tercipta lapangan pekerjaan yang baru untuk masyarakat.
 - b. Masyarakat bisa menikmati restoran *fine dining* dengan suasana baru yang berkelas di Surabaya.
2. Manfaat bagi Pemerintah :
 - a. Menambah objek destinasi kunjungan wisatawan.

- b. Meningkatkan pendapatan daerah Surabaya dari wisatawan asing maupun lokal.

3. Manfaat bagi pembaca :

- a. Menambah pengetahuan di bidang pembangunan bisnis terutama untuk pengusaha-pengusaha muda yang akan membuka usaha di bidang jasa dan restoran.
- b. Memberikan pengetahuan bagi pembaca mengenai kekayaan hasil laut Indonesia yang masih memiliki potensi luas untuk dikembangkan.

4. Manfaat bagi universitas :

- a. Membantu mahasiswa Universitas Ciputra yang sedang mengerjakan Tugas Akhir.
- b. Memberikan bantuan kepada mahasiswa yang ingin memulai usaha baru.

5. Manfaat bagi pemilik :

- a. Menambah pengalaman pemilik dalam mengelola restoran *fine dining* dengan tema yang baru.
- b. Melatih pemilik untuk mengatur karyawan agar dapat bekerja semaksimal mungkin.
- c. Meningkatkan pendapatan pemilik.

1.5. Keunggulan Kompetitif

1. Menghadirkan restoran *fine dining* dengan tema laut pertama di Surabaya. Restoran *seafood* di Surabaya sebelumnya hanya seperti restoran-restoran keluarga dengan tema minimalis. La Vie Marine ingin menawarkan sebuah gaya hidup baru dalam menikmati hidangan dengan tema kehidupan lautan.
2. Memberikan pelayanan terbaik. La Vie Marine akan berusaha memberikan pelayanan seperti layaknya restoran *fine dining* di mana pelanggan akan dilayani oleh pelayan-pelayan yang terbaik dengan senyuman yang ramah.
3. Hidangan diolah dengan baik dan disajikan dengan tampilan yang menarik. Hidangan dari La Vie Marine akan diolah oleh koki yang telah handal di bidangnya, sehingga kualitas dari rasa tidak dapat diragukan.
4. Bahan dasar yang digunakan menggunakan kualitas yang baik. La Vie Marine akan menggunakan bahan-bahan dasar khas Indonesia yang bersih dan berkualitas baik. Bahan-bahan akan diolah dan disimpan dengan baik sampai waktu penyajian.

1.6. Lokasi

La Vie Marine akan di buka di dekat pusat kota Surabaya, tepatnya di jalan Untung Suropati 70. Alasan La Vie Marine dibuka di dekat daerah pusat agar pengunjung lebih mudah untuk menjangkau restoran La Vie Marine karena dekat dengan daerah barat yang merupakan kawasan elit di Surabaya dan dengan pusat kota yang merupakan daerah teramai di Surabaya.



Gambar 1.1. Lokasi La Vie Marine
Sumber : Data diolah (2013)

1.7. Latar Belakang Pemilik

Nama : Keefe Sugiarto

Tempat , tanggal lahir : Malang , 29-11-1991

Alamat : Villa Valencia PA 1/18

Email : keefe_cool@yahoo.co.id

No. telp : 083871938083

Status : Belum Menikah

Jenis kelamin : Laki-laki

Pengalaman : 1. *Bartender* di Hotel Ciputra
2. Pembangun bisnis jaringan

Pendidikan : 1. 2003-2006 SMPK Santo Yusup Malang
2. 2006-2009 SMAK Santo Yusup Malang
3. 2009-2013 Universitas Ciputra