

**Studi Kelayakan Pendirian Restoran Seafood Dengan Mempertimbangkan  
Kansei Engineering Dalam Perancangan Interior Ruangan Di Maumere,  
Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur**

**Freddy Ryan Nikolay**

Jurusan Teknik Industri / Fakultas Teknik Industri Universitas Surabaya

Raya Kalirungkut, Surabaya 60293, Indonesia

Email: [freddyryann@yahoo.com](mailto:freddyryann@yahoo.com)

**Abstrak**

Maumere adalah sebuah ibukota dari Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Kota ini memiliki sumber daya alam hasil laut yang besar namun masih sedikit restoran yang mengelolah *seafood* di Maumere. Dalam pemilihan tempat makan, konsumen khususnya kelas ekonomi menengah keatas telah memasukkan desain ruangan dari suatu restoran sebagai salah satu pertimbangan yang penting dalam pemilihan restoran. Dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* maka diharapkan mampu terbentuk suatu desain interior dari restoran yang dapat memuaskan emosi dan perasaan serta kenyamanan dari konsumen khususnya konsumen kelas ekonomi menengah keatas ketika berada di dalam restoran. Berdasarkan penyebaran kuisisioner didapatkan hasil bahwa masih ada celah pasar sebesar 24,68% yang dapat direbut oleh restoran *seafood* ini, selain itu didapatkan pula bahwa sebanyak 91% responden tertarik untuk mencoba restoran yang hanya menjual masakan *seafood*. Pada aspek teknis dibahas lokasi pendirian restoran *seafood* yaitu di jalan Ahmad Yani, Maumere. Perancangan desain dari restoran menggunakan konsep desain yang menarik yang memenuhi emosi dari pelanggan. *Kansei Words* yang digunakan merupakan hasil reduksi dari 9 *Kansei Word* yang didapatkan berdasarkan kuisisioner dan wawancara yaitu bersih, rapi, sederhana, sejuk, terang. Dari hasil evaluasi terhadap konsep desain restoran *seafood* didapatkan hasil bahwa desain dari restoran *seafood* sesuai dengan *kansei word* yang digunakan. Pada aspek manajemen dibahas struktur dan jumlah tenaga kerja yang akan digunakan, *Job description*, *Job Specification* dari masing-masing divisi. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan pada aspek keuangan, didapatkan hasil nilai NPV restoran *seafood* ini lebih besar dari nol, IRR (27,21%) > MARR (8,51%), dan *Discount Payback Period* (3,57 tahun) yang tidak melebihi horison perencanaan (5 tahun). Dari data-data tersebut dapat dikatakan restoran *seafood* ini layak untuk dilaksanakan ditinjau dari aspek keuangan.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan, Perencanaan Industri, *Kansei Engineering*.

### **Abstract**

*Maumere is a capital of Sikka Regency, East Nusa Tenggara, Indonesia. The city has a natural resource of great seafood but still a little restaurant manage seafood in Maumere. In the selection of places to eat, especially consumer economy class intermediate and above have entered the room design of a restaurant as one of the important considerations in the selection of restaurants. Using Kansei Engineering method is then expected to form an interior designer of restaurants that can satisfy the emotions and feelings as well as the convenience of consumers in particular consumer economy class intermediate upwards when it is in the restaurants. Based on dissemination of the questionnaire obtained the result that there is still a market gap 24,68% which can be captured by this seafood restaurant, in addition to that found that as many as 91% of respondents are interested in trying out a restaurant that only sell seafood cuisine. On technical aspects discussed establishment of a seafood restaurant locations IE in the Ahmad Yani, Maumere. The design of the design of the restaurant uses the concept of an attractive design that meets the emotions of the customer. Kansei Words used are the result of Kansei Word 9 reduction obtained by questionnaire and interview that is simple, neat, clean, airy, bright. From the results of the evaluation of the design concept obtained by results of a seafood restaurant that the design of a seafood restaurant in accordance with kansei word used. On the management aspect discussed the structure and the amount of labor that will be used, Job description, Job Specification of each Division. Based on calculations performed on the financial aspects of the obtained results, the value of this seafood restaurant NPV is greater than zero, the IRR (27,21%) > MARR (8,51%), and Discount Payback Period (3,57 years) not exceeding the planning horizon (5 years). From this data it can be said of this seafood restaurant deserves to be implemented in terms of the financial aspect.*

**Keywords:** *Feasibility Study, Planning Industry, Kansei Engineering.*

## **PENDAHULUAN**

Maumere adalah sebuah ibukota dari Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Kota ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 30.571 jiwa (2011). Selama tahun 2011, kota Maumere menghasilkan sebanyak 1.919 ton produksi perikanan, 19.603 kg produksi peternakan, 5.895,9 ton tanaman pangan serta 161 ton produksi tanaman perkebunan (BPS NTT, 2011; [ntt.bps.go.id](http://ntt.bps.go.id)).

Restoran merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang jasa. Kepuasan konsumen sangat dipentingkan oleh para pengusaha restoran. Usaha restoran merupakan salah satu bidang usaha yang mampu bertahan bahkan dapat berkembang pada kondisi ekonomi Indonesia yang tidak menentu. Sebagian besar bisnis restoran didirikan adalah dengan alasan "setiap orang butuh makan". Akan tetapi seiring berkembangnya bisnis restoran, maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi untuk menarik minat beli dari konsumen diantaranya dengan mengadakan promo-promo yang menarik. Salah satu strategi dalam mengelola usaha restoran adalah memberikan fasilitas-fasilitas yang bukan hanya tertuju pada aspek rasa makanan saja, tetapi juga dari nuansa ruangan yang ditawarkan restoran itu sendiri untuk dapat selalu bersaing. Dengan menggunakan metode *Kansei Engineering* maka diharapkan mampu terbentuk suatu desain interior dari restoran yang dapat memuaskan emosi dan perasaan serta kenyamanan dari konsumen khususnya konsumen kelas ekonomi menengah keatas ketika berada di dalam restoran sehingga dapat menarik banyak pelanggan khususnya konsumen kelas ekonomi menengah ke atas. Hal ini sejalan dengan perkembangan selera dari konsumen khususnya konsumen kelas ekonomi menengah ke atas yang telah memasukkan unsur desain ruangan dari suatu restoran sebagai salah satu pertimbangan yang penting dalam pemilihan restoran.

Berdasarkan data pada tahun 2011 terdapat 38 restoran atau warung makan di Kabupaten Sikka (BPS NTT, 2011; [ntt.bps.go.id](http://ntt.bps.go.id)). Beberapa diantara merupakan warung bakso, restoran *chinese food*, warung padang, warung nasi goreng dan mie goreng, serta restoran *seafood*. Salah satu restoran *seafood* yang terdapat di Maumere adalah restoran Ikan bakar Jakarta.

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah melakukan perancangan konsep restoran *seafood* berbasis *Kansei Engineering*, mengetahui

kelayakan pendirian restoran *seafood* tersebut ditinjau dari aspek pasar, aspek teknis, aspek manajemen, serta aspek keuangan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian yang akan dilakukan ini termasuk dalam penelitian aplikasi dimana tujuan dari penelitian ini adalah menyelesaikan masalah dalam usaha restoran dapat memanjakan konsumen dengan tampilan desain yang sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan tujuan dari penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif karena data yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa data kuantitatif dan teknik statistik digunakan untuk mendeskripsikan informasi. Penelitian ini termasuk *deductive research* karena dari teori kansei dan perencanaan industri yang sudah ada diaplikasikan dalam usaha restoran ini. Strategi penelitian ini menggunakan metode *opinion research* karena peneliti mencari pemahaman, pertimbangan atau penelitian terhadap orang lain, yang dikaitkan dengan objek penelitian ini.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu wawancara survei awal dan pembagian kuesioner kepada responden. *Kansei Engineering* yang digunakan pada penelitian ini adalah *Kansei Engineering Type I: A Category Classification*. Dimana dimulai dengan penentuan konsep besar dari desain ruangan yang akan digunakan, mencari *kansei words* dengan penyebaran kuisisioner dan wawancara, dari *kansei word* yang didapatkan akan dijabarkan kedalam beberapa level (*kansei domain*), dan yang terakhir menentukan *physical domain*. Data sekunder yang dibutuhkan yaitu data jumlah penduduk Maumere yang diperoleh dari BPS, data pesaing, data manajemen, data aspek keuangan.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden penduduk Maumere, sebanyak 15 orang untuk survey awal, 100 orang untuk kuesioner *sampling* dan 15 orang untuk kuesioner validasi desain dari restoran *seafood*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peramalan jumlah penduduk Maumere dilakukan dengan menggunakan *software* Minitab 16 dengan metode *S-Curve*. Dari hasil peramalan tersebut akan

dihitung besarnya pasar potensial, pasar potensial efektif dan permintaan efektif berdasarkan kuisioner yang telah disebarakan.

Tabel 1. Proyeksi Pasar Potensial

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	% Menyukai <i>Seafood</i>	% Menengah Keatas	%Tertarik Mencoba	Pasar Potensial Restoran <i>Seafood</i> (Jiwa)
2014	78.324	24,47	77	91	13.446
2015	78.423				13.456
2016	78.480				13.461
2017	78.513				13.465
2018	78.532				13.467

Pasar potensial efektif diperoleh dari jumlah pasar potensial dikalikan dengan persentase konsumen yang mengkonsumsi *seafood* di rumah. Permintaan efektif dalam satuan jiwa didapatkan dari dari pasar potensial efektif yang telah didapat, restoran *seafood* ini hanya mampu menyerap 10% dari total pasar potensial efektif yang ada dan akan meningkat 0,25% pertahun. Permintaan efektif dalam satuan kunjungan didapatkan dari permintaan efektif dalam jiwa dikalikan dengan frekuensi kedatangan konsumen ke restoran pertahunnya.

Tabel 2. Proyeksi Permintaan Efektif

Tahun	Pasar Potensial Restoran <i>Seafood</i> (Jiwa)	% Celah Pasar	Pasar Potensial Efektif (Jiwa)	% Pasar yang Mampu Diserap	Permintaan Efektif (Jiwa)	Frekusensi kedatangan (minggu/Tahun)	Permintaan Efektif (Jiwa)
2014	13.446	24,68	3.318	10	331	48	37.813
2015	13.456		3.320	10,25	340		38.841
2016	13.461		3.322	10,5	348		39.755
2017	13.465		3.323	10,75	357		40.783
2018	13.467		3.323	11	365		41.697

Perusahaan harus menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran untuk menemukan *opportunities* dan mengidentifikasi *threats* dari lingkungan tersebut serta harus menganalisis *strenghts* dan *weakness* dari perusahaan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mencocokkan *strenghts* dari perusahaan dengan *opportunities* yang terdapat di lingkungan, sementara menghilangkan atau mengatasi *weakness* dan meminimalkan *threats*. Berikut adalah tabel SWOT restoran *seafood*:

Tabel 3. SWOT Restoran *Seafood*

<p><b>INTERNAL FACTOR</b></p>	<p><b>STRENGTH</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas yang ditawarkan oleh restoran <i>seafood</i> ini mengikuti keinginan dari konsumen.</li> <li>2. Desain yang sesuai dengan emosi konsumen serta lebih menarik dari restoran sejenis di Maumere.</li> <li>3. Terletak di lokasi yang strategis.</li> <li>4. Variasi menu <i>seafood</i> yang ditawarkan restoran <i>seafood</i> lebih beragam dibanding kompetitor.</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nama restoran <i>seafood</i> ini belum melekat di pikiran masyarakat Maumere.</li> <li>2. Desain dari restoran <i>seafood</i> ini sedikit lebih menonjol sehingga terkesan mahal.</li> </ol>
<p><b>EXTERNAL FACTOR</b></p> <p><b>OPPORTUNITY</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masyarakat Maumere menyukai masakan <i>seafood</i>.</li> <li>2. Belum ada restoran yang menawarkan konsep serupa</li> <li>3. Masyarakat Maumere yang menginginkan hiburan dapat mendatangi restoran ini karena memiliki sejumlah hiburan yang menarik.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menawarkan konsep desain restoran yang sesuai dengan emosi pelanggan (S2, O2).</li> <li>2. Menyediakan <i>live music</i> (S1, O3).</li> <li>3. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen (S1, S2, S3, S4, O1, O2, O3).</li> <li>4. Menggunakan konsep <i>open kitchen</i> (S2, O2).</li> <li>5. Menyediakan banyak variasi menu <i>seafood</i> (S4,O1).</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan promo-promo yang menarik pada awal pembukaan. (S1, S2, O1).</li> </ol>
<p><b>THREAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kondisi alam yang tidak dapat dikontrol dalam hal ini jika cuaca sedang buruk maka jumlah ikan yang ditangkap berkurang sehingga harga ikan akan menjadi lebih mahal.</li> <li>2. Kondisi pendukung seperti air dan listrik yang masih belum stabil.</li> <li>3. Usaha ini mudah ditiru oleh kompetitor jika memiliki modal yang besar.</li> <li>4. Karena merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan, maka kualitas makanan yang ditawarkan harus benar-benar terjamin.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Selalu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen khususnya konsumen yang menjadi member. (S2, S3, T3).</li> <li>2. Mencari sumber energi selain berasal dari PLN seperti generator dan membuat tandon air (S1, S2, T2).</li> <li>3. Melakukan inovasi produk dan layanan secara kontinu (S1, S2, S3, S4, T3).</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan rasa dari makanan serta kualitas dari pelayanan (W1, W2, T3, T4).</li> <li>2. Menjalinkan hubungan baik dengan supplier ikan (S2, T4).</li> </ol>

Strategi pemasaran restoran *seafood* ini mencakup strategi STPD (*Segmentation, Targetting, Positioning, dan Differentation*) dan *marketing mix* (8p).

Segmentasi dari restoran *seafood* adalah masyarakat Maumere kelas ekonomi menengah keatas. Segmentasi yang akan menjadi target pasar dari restoran *seafood* ini adalah spesialisasi pasar (*market specialization*) dimana restoran *seafood* hanya mengkhususkan target pasar pada masyarakat Maumere kelas ekonomi menengah keatas yang menyukai masakan *seafood*. *Positioning statement* dari restoran *seafood* adalah “Tempatnya pecinta *seafood*”. Dengan *statement* ini diharapkan mampu memperjelas posisi dari restoran *seafood* yang hanya menawarkan masakan *seafood* kepada konsumen serta diharapkan mampu memberikan sensasi baru kepada konsumen ketika mengkonsumsi *seafood* pada restoran dengan desain yang menarik. Diferensiasi dari restoran *seafood* dengan tempat makan yang telah ada di Maumere adalah restoran ini merupakan restoran yang hanya menawarkan masakanan *seafood* kepada konsumen. Selain itu pada restoran ini memiliki hiburan *live music* yang dapat dinikmati konsumen serta menggunakan konsep *open kitchen*. Desain restoran *seafood* yang unik yang dapat membedakan restoran *seafood* dengan tempat makan lainnya. Pelayanan yang diberikanpun akan semaksimal mungkin mulai dari salam ketika konsumen datang serta pelayanan yang cepat jika ada konsumen yang menginginkan sesuatu hingga memberikan salam serta terima kasih ketika konsumen hendak pulang. Berikut adalah rancangan logo serta seragam karyawan yang akan digunakan restoran *seafood*:



Gambar 1. Logo Resotoran *Seafood*



Gambar 2. Seragam Karyawan Restoran *Seafood* Nampak Depan Dan Belakang

Terdapat beberapa *discount strategy* yang akan dilakukan restoran *seafood* untuk menarik minat beli konsumen. Diantaranya dengan menggunakan *lucky spin* dimana pada *lucky spin* ini konsumen dengan total pembelian diatas Rp.400.000,- akan mendapatkan kesempatan untuk memutar papan yang berisikan besarnya nilai diskon yang akan didapatkan mulai dari 0% hingga 50%. Selain itu juga akan digunakan program *member card*. Dimana dengan *member card* ini pelanggan akan mendapatkan diskon dihari ulang tahun konsumen besarnya diskon yang akan didapatkan sesuai dengan umur dari konsumen tersebut. *Member card* ini dapat diperoleh dengan melakukan pembelian diatas nominal Rp.300.000,-. Selain itu juga dilakukan pemotongan harga untuk masakan tertentu pada hari tertentu yang akan di informasikan di papan tulis yang terletak di depan pintu masuk restoran. Seluruh program ini tidak dapat disatukan per sekali kunjungan. Selain *discount strategy*, restoran *seafood* juga melakukan beberapa kegiatan promosi yang dapat menarik konsumen untuk datang ke restoran diantaranya Menggunakan media koran dan radio serta jejaring media sosial seperti BBM, Facebook, Twitter, dan Instagram untuk mensosialisasikan restoran *seafood*, serta mengadakan kegiatan promosi lainnya seperti mengadakan lomba masak yang bertemakan *seafood*.

Lokasi pendirian restoran *seafood* terletak di jalan Ahmad Yani yang memiliki luas total 580m<sup>2</sup>. Besarnya biaya sewa yang akan dikenakan sebesar Rp.200.000.000,- selama 5 tahun.

Berdasarkan hasil kuisioner dan wawancara didapatkan 9 *Kansei Words* dan dari 9 *Kansei Words* ini dicari tingkat kepentingan dari masing-masing *Kansei*

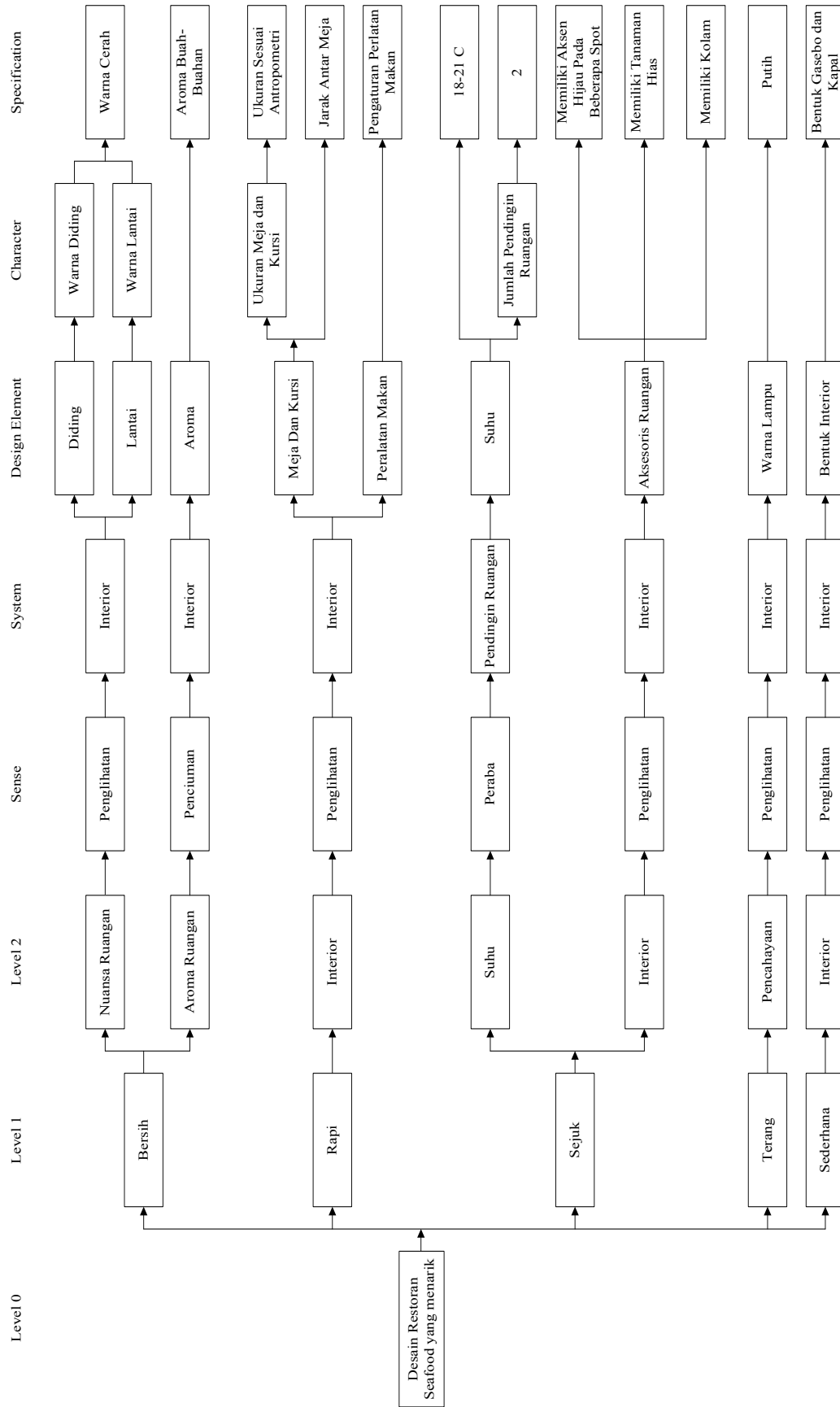


*Words*. Berikut adalah hasil kuisisioner tingkat kepentingan masing-masing *Kansei Words*:

Tabel 4. Tingkat Kepentingan *Kansei Words*

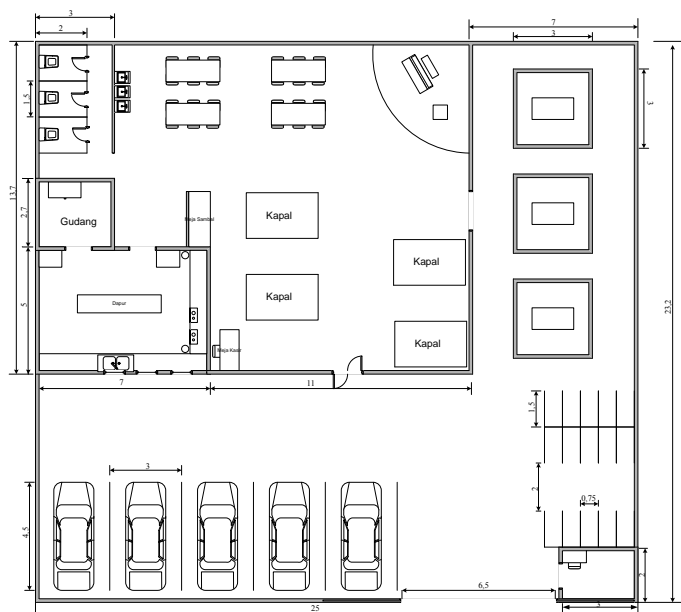
No	<i>Kansei Word</i>	Tingkat Kepentingan					<i>Mean</i>
		1	2	3	4	5	
1	Bersih	-	-	6	31	63	4,57
2	Luas	-	-	24	51	25	4,01
3	<i>Fresh</i>	-	-	16	51	33	4,17
4	Rapi	-	-	6	42	52	4,46
5	Sederhana	-	-	5	31	64	4,59
6	Sejuk	-	-	5	32	63	4,58
7	Terang	-	-	12	37	51	4,39
8	Tenang	-	-	8	57	35	4,27
9	Terbuka	-	-	26	49	25	3,99
<i>Grand Mean</i>							4,34

*Kansei words* yang akan digunakan dalam *kansei domain* adalah *kansei word* yang memiliki *mean* > *grand mean* kepentingan *Kansei Word* (4,34). Dari 9 *kansei word* yang telah diperoleh, hanya 5 *kansei word* yang akan digunakan yaitu bersih, rapi, sederhana, sejuk, terang. Dari *kansei word* tersebut akan dijabarkan ke dalam beberapa level dalam *kansei domain* sehingga akan menjelaskan lebih dalam tentang *kansei word* pada level sebelumnya. Berikut merupakan bagan *kansei domain* dan *physical domain* untuk perancangan desain restoran *seafood*:

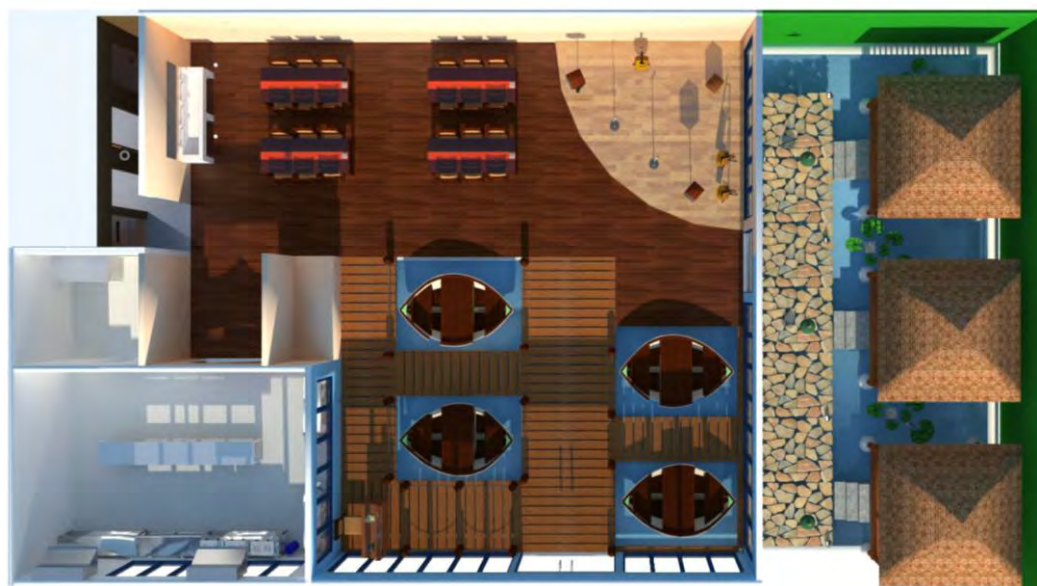


Gambar 3. Kansei Domain dan Physical Domain

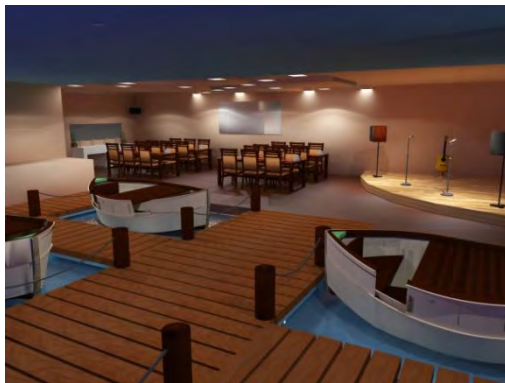
Desain meja, kursi dan perabotan di dalam restoran *seafood* menggunakan pengukuran antropometri. Berikut adalah desain restoran *seafood*.



Gambar 4. *Layout Restoran Seafood*



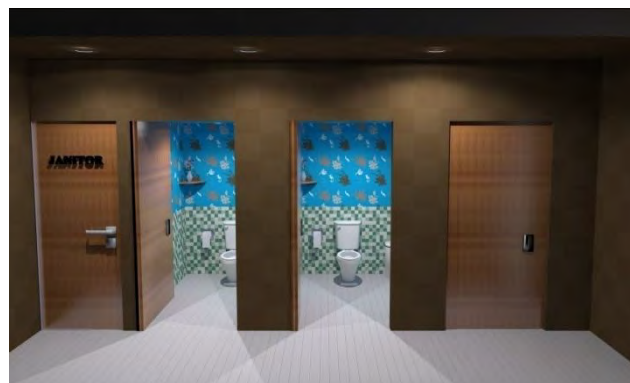
Gambar 5. *Layout Restoran Seafood Tampak Atas*



Gambar 6. Area Indoor



Gambar 7. Area Dapur

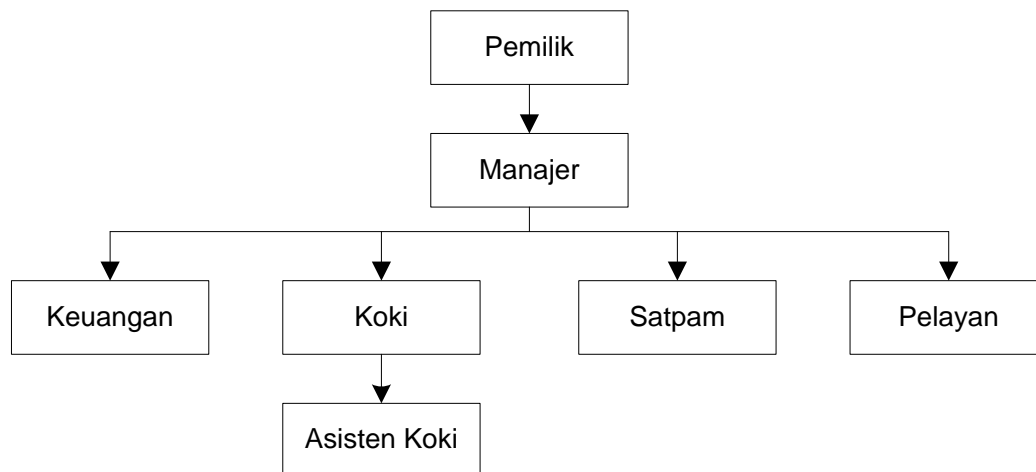


Gambar 8. Area Toilet



Gambar 9. Area Lesehan

Restoran *seafood* ini menggunakan struktur organisasi fungsional dimana masing-masing pemegang jabatan memperoleh delegasi dan wewenang yang telah ditentukan batasan bidang kerjanya yang sesuai dengan keahliannya. Berikut adalah sturktur organisasi restoran *seafood*:



Gambar 10. Struktur Organisasi Retoran *Seafood*

*Total project cost* merupakan total biaya yang dibutuhkan untuk memulai sebuah proyek. *Total project cost* terdiri dari biaya investasi tetap (*fixed investment cost*), modal kerja (*working capital*), dan biaya pendahuluan (*venture initiation cost*). Pada *working capital* untuk restoran *seafood* ini adalah satu bulan karena pendapatan dari restoran *seafood* diperoleh setiap bulan. Berikut perhitungan *total Project Cost* restoran *seafood*:

1. *Fixed Investment Cost*

- Biaya Bangunan = Rp 452.000.000
- Biaya Peralatan dan Perlengkapan = Rp 350.985.000
- Biaya Penunjang Operasional = Rp 20.057.000 +
- Total *Fixed Investment Cost* = Rp 823.042.000

2. *Working Capital*

- Biaya Bahan Baku = Rp 1.691.782.231
- Biaya Utilitas = Rp 32.988.549
- Biaya Tenaga Kerja = Rp 202.150.000
- Biaya PBB = Rp 1.506.000
- Biaya Lainnya = Rp 22.000.000 +
- Total *Working Capital* (12 bulan) = Rp 1.950.426.780
- Total *Working Capital* (1 bulan) = Rp 162.535.565

3. *Venture Initiation Cost*

- Biaya Sewa = Rp 200.000.000
- Biaya Perijinan = Rp 4.745.000 +
- Total *Venture Initiation Cost* = Rp 204.745.000

Total Project Cost pendirian restoran *seafood* ini adalah sebesar:

- Fixed Investment* = Rp 851.486.400
- Working Capital* = Rp 162.535.565
- Venture Initiation* = Rp 204.745.000 +
- Total Project Cost = Rp 1.190.322.565

$$MARR = (\text{modal sendiri} \times \% \text{ bunga deposito}) + \text{risk premium}$$

$$= (100\% \times 5,13\%) + (3,38\%) = 8,51\%$$

Berikut adalah perhitungan *Net Present Value* dari restoran *seafood*:

Tabel 5. *Net Present Value*

Tahun	Cashflow	(P/F,8,51%,n)	Cashflow (P/F,8,51%,n)	Kumulatif PV Inflow
0	-1.190.322.565,01	1	-1.190.322.565,01	-1.190.322.565,01
1	257.605.314,02	0,921574048	237.402.372,15	-952.920.192,87
2	368.559.596,25	0,849298727	313.017.195,85	-639.902.997,01
3	489.599.291,90	0,782691666	383.205.285,47	-256.697.711,54
4	625.561.400,46	0,721308327	451.222.647,44	194.524.935,90
5	772.950.954,59	0,664739035	513.810.672,02	708.335.607,92
Nilai Sisa	217.897.000,00	0,664739035	144.844.641,61	853.180.249,53
NPV			853.180.249,53	

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan pada aspek keuangan, didapatkan hasil nilai NPV restoran *seafood* ini lebih besar dari nol (853.180.249,53), IRR (27,21%) > MARR (8,51%), dan *Discount Payback Period* (3,57 tahun) yang tidak melebihi horison perencanaan (5 tahun). Persentase BEP restoran *seafood* semakin kecil dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa restoran *seafood* akan semakin cepat memperoleh keuntungan. Dari data-data tersebut dapat dikatakan restoran *seafood* ini layak untuk dilaksanakan ditinjau dari aspek keuangan.

Dari segi sensitivitas didapatkan hasil bahwa restoran *seafood* ini sangat beresiko untuk dijalankan. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keuangan restoran *seafood* ini adalah pendapatan, yaitu pendapatan restoran *seafood* tidak

boleh turun melebihi 10,87% dan biaya bahan baku ikan tidak boleh naik melebihi 44,29% namun pada kenyataannya harga bahan baku dapat naik lebih dari 44,29%. Sensitivitas yang cukup tinggi ini dapat disebabkan beberapa hal diantaranya perhitungan pendapatan dari restoran *seafood* ini menggunakan skenario sangat pesimis dimana pada perhitungan pendapatan digunakan bahwa sekali berkunjung ke restoran, konsumen mengeluarkan uang sebesar Rp.60.000,- tanpa memperhitungkan berapa konsumen per sekali kunjungan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan:

### **1. Kesimpulan Aspek Pasar**

Ditinjau dari aspek pasar, dapat dikatakan pendirian restoran *seafood* ini layak untuk dilaksanakan karena masih terdapat celah pasar yang dapat direbut serta tingginya minat masyarakat Maumere dalam mengkonsumsi masakan *seafood*. Hal ini dapat dilihat dari permintaan efektif yang mengalami peningkatan selama horison perencanaan yang berturut-turut sebesar 37.813 kunjungan/tahun, 38.841 kunjungan/tahun, 39.755 kunjungan/tahun, 40.783 kunjungan/tahun, 41.697 kunjungan/tahun.

### **2. Kesimpulan Aspek Teknis**

Restoran *seafood* direncanakan berada di jalan Ahmad Yani yang merupakan jalan yang ramai serta mudah dijangkau oleh masyarakat. Desain yang ditawarkan restoran *seafood* adalah konsep desain menarik yang dimana dengan konsep diharapkan ini dapat memberikan sensasi atau pengalaman baru dalam mengkonsumsi *seafood* pada sebuah restoran. Pada restoran *seafood* ini memiliki 3 area yang dapat menampung konsumen yang terbagi lagi dalam 2 tempat yaitu *outdoor* dan *indoor*. Dimana pada area *outdoor* dari restoran *seafood* ini menggunakan gasebo yang dapat menampung 18 konsumen. Sedangkan pada area *indoor* dari restoran *seafood* ini terdapat 2 tempat yang dapat digunakan konsumen untuk menyantap makanan yaitu di perahu dan di meja makan. Terdapat 4 perahu yang masing-masing dapat menampung 2 konsumen yang disediakan pada restoran *seafood* ini. Sedangkan terdapat 4 meja makan yang

masing-masing dapat menampung 6 konsumen yang disediakan pada restoran *seafood* ini. Selain itu bahan baku serta peralatan yang akan digunakan restoran *seafood* ini tidak sulit untuk ditemukan sehingga dapat dikatakan restoran ini layak untuk dilaksanakan.

### 3. Kesimpulan Aspek Manajemen

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, besarnya UMR Propinsi Nusa Tenggara Timur, Non Sektor pada tahun 2013 sebesar Rp 1.010.000. Namun berdasarkan hasil pengamatan pada kompetitor yang ada, didapatkan hasil bahwa besarnya gaji yang di terima oleh karyawan lebih rendah dari UMR yang berlaku dengan berbagai alasan. Dengan melihat kondisi sekitar maka didapatkan gaji yang akan diberikan pada karyawan yang nantinya akan bekerja pada restoran *seafood* mulai dari manajer hingga pelayan. Tenaga kerja yang akan digunakan restoran *seafood* ini juga tidak sulit untuk dicari. Tenaga koki yang diperkukan tidak memerlukan *skill* masak yang tinggi karena masakan yang disediakan pada restoran *seafood* ini adalah masakan yang tidak terlalu rumit. Selain itu ijin-ijin yang dibutuhkan dalam pembukaan restoran *seafood* ini tidak sulit untuk diurus sehingga dapat dikatakan restoran *seafood* ini layak untuk dijalankan dilihat dari aspek manajemen.

### 4. Kesimpulan Aspek Keuangan

Ditinjau dari aspek keuangan, nilai NPV restoran *seafood* ini lebih besar dari nol,  $IRR (27,21\%) > MARR (8,51\%)$ , dan *Discount Payback Period* (3,57 tahun) yang tidak melebihi horison perencanaan (5 tahun). Persentase BEP restoran *seafood* semakin kecil dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa restoran *seafood* akan semakin cepat memperoleh keuntungan. Dari data-data tersebut dapat dikatakan restoran *seafood* ini layak untuk dilaksanakan ditinjau dari aspek keuangan.

Dari segi sensitivitas didapatkan hasil bahwa restoran *seafood* ini sangat beresiko untuk dijalankan. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keuangan restoran *seafood* ini adalah pendapatan, yaitu pendapatan restoran *seafood* tidak boleh turun melebihi 10,87% dan biaya bahan baku ikan tidak boleh naik melebihi 44,29% namun pada kenyataannya harga bahan baku dapat naik lebih dari



44,29%. Sensitivitas yang cukup tinggi ini dapat disebabkan beberapa hal diantaranya perhitungan pendapatan dari restoran *seafood* ini menggunakan skenario sangat pesimis dimana pada perhitungan pendapatan digunakan bahwa sekali berkunjung ke restoran, konsumen mengeluarkan uang sebesar Rp.60.000,- per kunjungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi resiko dari kenaikan bahan baku ikan adalah dengan mengalihkan konsumsi konsumen ke masakan *seafood* non ikan seperti cumi, udang, kepiting dan lobster. Salah satu cara mengalihkan yaitu dengan melakukan promosi pada masakan non ikan.

Dengan menggunakan *Kansei Engineering* pada konsep perancangan desain restoran *seafood* mengakibatkan kenaikan biaya pembangunan dimana berdasarkan wawancara, jika ingin mendirikan sebuah tempat makan yang biasa dibutuhkan biaya kurang lebih Rp.200.000.000,-. Namun pada penelitian ini biaya pembangunan mencapai kurang lebih Rp.400.000.000,-. Walaupun terjadi kenaikan biaya pembangunan, pendirian restoran dengan menggunakan konsep *Kansei Engineering* dapat dikatakan layak untuk didirikan, terbukti pada penelitian ini walaupun menggunakan skenario yang pesimis pendirian restoran *seafood* ini masih dapat dikatakan layak.

Saran:

- Perlu dibuatnya suatu tambak ikan yang dapat menjadi alternatif pasokan kebutuhan dari restoran *seafood* ini. Dengan menggunakan bahan baku dari tambak sendiri maka kualitas ikan dapat dijaga serta harga akan menjadi lebih ekonomis serta ketersediaan ikan akan menjadi lebih pasti.
- Diperlukan pembangkit atau sumber listrik alternatif selain menggunakan listrik dari PLN.
- Memberikan *delivery service* sehingga dapat memanjakan konsumen yang ingin mengonsumsi masakan dari restoran *seafood* ini.
- Diperlukan data tingkat kepuasan konsumen terhadap restoran pesaing baik terhadap pelayanan maupun keadaan interior yang ditawarkan restoran pesaing.

- Diperlukan pengukuran secara kuantitatif seberapa besar lux dari penerangan yang ada sehingga dapat dikatakan terang serta seberapa besar desibel dari tingkat kebisingan yang ada sehingga dapat dikatakan tenang.
- Bonus yang akan diberikan kepada karyawan perlu dilakukan perhitungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chuan, T.K., Markus, H., Naresh, K., 2010, Anthropometry of the Singaporean and Indonesian populations, *International Journal of Industrial Ergonomics* 40, pp. 757-766.
- Husnan, S. dan Suwarsono M., 2000, *Studi Kelayakan Proyek*, Edisi Keempat, Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN, Yogyakarta.
- Ibrahim, Y., 2003, *Studi Kelayakan Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kasmir dan Jakfar, 2003, *Studi kelayakan bisnis*, Prenada Media, Jakarta.
- Kotler, P. dan Gary, A., 2002, *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Edisi kesepuluh, Pearson Education Asia Pte, Ltd. Dan PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Jilid I dan II*, Edisi milenium, Pearson Education Asia Pte, Ltd. Dan PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P. dan Gary A. 2008, *Principles Of Marketin*, Pearson Education, New Jersey.
- Lianto, B., Aryo, D., 2005, *Perencanaan Industri*, Tim Dosen Perencanaan Industri Universitas Surabaya, Surabaya
- Lokman, A.M., 2010, *Design & Emotion: The Kansei Engineering Methodology*, Vol. 1.
- Lovelock, C.H., dan Lauren K.W., 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Bahasa Indonesia, PT. INDEKS Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Nagamachi, M., 2011, *Kansei/Affective Engineering*, CRC Press Taylor & Francis Group, New York.
- Parung, J., 2008, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*, Jurusan Teknik Industri, Universitas Surabaya.
- Pujawan, I.N., 2004, *Ekonomi Teknik*, Guna Widya, Surabaya.
- Suratman, 2001, *Studi Kelayakan Proyek : Teknik dan Prosedur Penyusunan Laporan*, J&J Learning, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Tim Dosen Manajemen Keuangan, 2005, *Diktat Manajemen Keuangan*, Jurusan Teknik Industri, Universitas Surabaya.
- Umar, H., 2003, *Studi Kelayakan Dalam Bisnis Jasa*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Wignjosoebroto, S., 1995, *Ergonomi, Studi Gerak Dan Waktu*, Guna Widya, Surabaya.
- <http://sikkakab.bps.go.id> (akses 12 september 2013)
- <http://food.detik.com> (akses 12 september 2013)
- <http://ntt.bps.go.id> (akses 12 september 2013)
- [http://www.hrcentro.com/umr/nusa tenggara timur/non kab/non sektor/2013](http://www.hrcentro.com/umr/nusa_tenggara_timur/non_kab/non_sektor/2013) (akses 12 september 2013)
- <http://pusatdata.kontan.co.id/bungadeposito> (akses 12 september 2013)

<http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pdfiles/country/ERP2013.pdf> (akses 12 september 2013)