

STUDI KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA SHINSEKAI JAPANESE

Desty Rahayu Ningrum¹, Iva Khoiril Mala², Sutantri³

^{1, 3, 4}Universitas Islam Tribakti, Indonesia

²Universitas Negeri Malang, Indonesia

*Corresponding Author:
Desty Rahayu Ningrum

Abstract.

This study discusses market, marketing, and technical-operational aspects in the development of Shinsekai Japanese Food business. The market aspect covers the analysis of the increasing demand for Japanese cuisine in Indonesia, particularly among the younger generation. Market segmentation is conducted based on demographic, psychographic, and geographic factors to determine the appropriate target consumers. A competitor analysis is also performed to assess the business's position in the market and identify differentiation opportunities. On the marketing side, integrated strategies in branding, promotion, pricing, and distribution are proposed to enhance product attractiveness and accessibility. The technical and operational aspects, including location selection, restaurant design, production technology, and operational management, are also discussed to ensure business sustainability. Considering these factors, Shinsekai Japanese Food is expected to achieve sustainable success in the Indonesian culinary market.

Keywords: Shinsekai Japanese Food, culinary market, marketing

PENDAHULUAN

Shinsekai Japanese Food merupakan salah satu usaha kuliner yang menghadirkan cita rasa autentik makanan Jepang kepada konsumen di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat terhadap masakan internasional, khususnya Jepang, terus meningkat. Hal ini didukung oleh gaya hidup modern yang semakin terbuka terhadap budaya global serta berkembangnya industri makanan dan minuman. Kondisi ini menjadikan Shinsekai Japanese Food memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan bisnisnya. Namun, sebelum melangkah ke tahap pengembangan usaha, penting untuk melakukan studi kelayakan guna memastikan rencana pengembangan dapat berjalan dengan sukses dan berkelanjutan. Studi kelayakan pengembangan usaha bertujuan untuk mengevaluasi berbagai aspek, termasuk pasar, keuangan, operasional, dan lingkungan, yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Dalam konteks Shinsekai Japanese Food, analisis ini

tidak hanya berfungsi untuk meminimalkan risiko yang mungkin muncul, tetapi juga untuk mengidentifikasi peluang yang dapat dimanfaatkan dalam memperluas bisnis. Dengan persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, terutama di kategori masakan Jepang, sebuah perencanaan yang matang menjadi kunci untuk menjaga keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini untuk menilai kelayakan rencana pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food dari berbagai aspek sehingga keputusan yang diambil dapat mendukung keberhasilan bisnis secara berkelanjutan.¹

Melalui studi kelayakan ini, Shinsekai Japanese Food dapat mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan skala operasional, seperti membuka cabang baru, memperluas menu, atau meningkatkan layanan pengantaran. Studi ini juga memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang relevan dengan segmentasi pasar yang dituju, termasuk memanfaatkan platform digital yang kini menjadi salah satu alat promosi paling efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan Shinsekai Japanese Food dapat meningkatkan brand awareness dan daya saingnya di pasar lokal maupun nasional. Di sisi lain, studi kelayakan ini juga bertujuan untuk mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi selama proses pengembangan. Misalnya, fluktuasi harga bahan baku impor yang dapat memengaruhi biaya produksi, perubahan selera konsumen, atau adanya regulasi baru yang memengaruhi operasional bisnis. Dengan pemahaman mendalam terhadap tantangan-tantangan ini, perusahaan dapat menyusun rencana mitigasi risiko yang efektif.²

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Shinsekai Japanese Food

Usaha restoran, khususnya yang mengusung konsep makanan internasional seperti makanan Jepang, telah menunjukkan perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Makanan Jepang, yang dikenal dengan kesegarannya, penyajian yang estetik, serta keseimbangan rasa yang unik, telah menjadi pilihan populer di kalangan konsumen di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Restoran yang menyajikan makanan Jepang, seperti sushi, ramen, tempura, dan donburi, menawarkan cita rasa yang tidak hanya lezat tetapi juga dianggap sehat karena penggunaan bahan-bahan yang segar dan proses pengolahan yang minim. Shinsekai Japanese Food adalah salah satu contoh usaha restoran yang fokus pada penyediaan makanan Jepang autentik.

¹ Ichsan et al. 2019. Studi Kelayakan Bisnis. CV. Manji Medan 275.

² Supriono, A. (2022). Analisis Dan Perancangan Sistem Antrian Tiket Dan Penjadwalan Dokter Dengan Algoritma First In First Out (Fifo) Berbasis Web. OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Sains, 1(06).

Berdasarkan penelitian oleh Zhang et al. (2020), industri restoran di Asia, terutama yang berfokus pada masakan Jepang, telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap gaya hidup sehat dan globalisasi kuliner. Dalam konteks Indonesia, perkembangan makanan Jepang ini sangat dipengaruhi oleh tren urbanisasi yang cepat, di mana masyarakat perkotaan semakin tertarik dengan kuliner internasional sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Salah satu faktor yang mendukung kesuksesan restoran makanan Jepang adalah pemilihan lokasi yang strategis. Menurut penelitian oleh Sulaiman (2021), lokasi restoran yang dekat dengan pusat keramaian, seperti pusat perbelanjaan atau kawasan perkantoran, dapat meningkatkan peluang usaha untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Hal ini sejalan dengan konsep usaha Shinsekai Japanese Food yang berusaha memilih lokasi yang mudah diakses oleh berbagai segmen pasar. Selain itu, keberhasilan usaha restoran juga bergantung pada kualitas dan keunikan menu yang ditawarkan. Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Santoso yang menyatakan bahwa restoran yang berhasil mempertahankan konsistensi kualitas dan menyajikan menu yang beragam serta menarik bagi konsumen akan lebih mampu bertahan dalam persaingan. Shinsekai Japanese Food dapat memanfaatkan keberagaman menu Jepang, seperti sushi, ramen, dan sashimi, untuk menarik berbagai kelompok konsumen dengan preferensi rasa yang berbeda. Di sisi lain, menurut Ginting, faktor persaingan yang semakin ketat di pasar kuliner Indonesia, khususnya untuk masakan Jepang, menuntut setiap restoran untuk memiliki keunggulan kompetitif, baik dari segi kualitas makanan, pelayanan, maupun pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, Shinsekai Japanese Food perlu terus berinovasi dan memperhatikan kebutuhan serta preferensi konsumen untuk tetap relevan di pasar yang terus berkembang ini.³

METODE

Dalam penelitian ini, digunakan dua metode utama untuk memperoleh data yang diperlukan untuk studi kelayakan pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food, yaitu studi literatur dan penelitian kualitatif. Kedua metode ini dipilih karena dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai berbagai aspek yang berpengaruh terhadap pengembangan usaha, serta memungkinkan analisis terhadap data yang bersifat naratif dan subjektif. Studi literatur merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menganalisis, dan merangkum informasi yang relevan dari berbagai sumber sekunder. Dalam konteks penelitian ini, studi literatur digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pengembangan

³ Ibrahim. 2020. *Studin Kelayakan Bisnis*. Edisi Revi. Jakarta: PT Rineka Cipta.

usaha kuliner, analisis pasar, strategi pemasaran, serta praktik terbaik dalam industri makanan dan minuman, khususnya yang berkaitan dengan masakan Jepang.

Sumber-sumber yang digunakan dalam studi literatur ini meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel di media massa, laporan riset industri, serta publikasi dari lembaga-lembaga yang berfokus pada analisis pasar dan pengembangan usaha. Studi literatur memungkinkan peneliti untuk memperoleh referensi yang berkaitan dengan tren pasar, perubahan preferensi konsumen, serta tantangan yang sering dihadapi oleh bisnis kuliner di Indonesia. Dengan memanfaatkan berbagai sumber ini, penelitian dapat memperoleh dasar teoritis yang kuat untuk mendukung analisis lebih lanjut.

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menggali data yang bersifat deskriptif dan tidak terstruktur, yang sering kali diperlukan dalam konteks analisis pengembangan usaha. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial dan perilaku konsumen secara lebih mendalam. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif diterapkan melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (focus group discussion/FGD), serta observasi langsung terhadap kegiatan operasional Shinsekai Japanese Food.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar dan Pemasaran dalam Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Shinsekai Japanese Food

Dalam mengembangkan usaha kuliner, aspek pasar dan pemasaran memainkan peran penting karena menentukan sejauh mana produk atau layanan dapat diterima oleh konsumen. Untuk pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food, dilakukan analisis mendalam terhadap permintaan pasar, segmentasi konsumen, analisis kompetitor, dan strategi pemasaran yang relevan. Kajian ini bertujuan untuk memastikan bahwa usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen, tetap kompetitif, dan berkembang secara berkelanjutan.

a) Analisis Permintaan Pasar

Makanan Jepang telah menjadi salah satu jenis kuliner yang semakin populer di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Dengan meningkatnya globalisasi dan akses masyarakat terhadap budaya Jepang melalui media, makanan Jepang tidak lagi dianggap sebagai makanan eksklusif, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup. Permintaan pasar terhadap makanan Jepang terus bertumbuh, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung terbuka terhadap cita rasa baru. Data menunjukkan bahwa masyarakat urban memiliki ketertarikan yang

tinggi terhadap makanan Jepang seperti sushi, ramen, dan takoyaki, baik untuk konsumsi harian maupun untuk acara khusus. Dalam menganalisis permintaan pasar, Shinsekai Japanese Food perlu mempertimbangkan preferensi konsumen terhadap rasa, harga, dan kualitas makanan. Konsumen Indonesia umumnya menginginkan makanan Jepang yang autentik, tetapi dengan sedikit modifikasi rasa agar sesuai dengan lidah lokal. Selain itu, faktor harga menjadi salah satu pertimbangan utama. Meskipun makanan Jepang identik dengan harga premium, terdapat segmen konsumen yang menginginkan makanan berkualitas dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, penting untuk memahami rentang daya beli konsumen di wilayah target. Penelitian awal juga mengungkapkan bahwa konsumen memiliki kecenderungan untuk memilih restoran dengan suasana yang nyaman dan estetik. Selain rasa makanan, pengalaman bersantap juga menjadi daya tarik utama, terutama di era media sosial. Banyak konsumen mencari restoran yang tidak hanya menyajikan makanan enak, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang menarik untuk diabadikan.⁴

b) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menjadi langkah strategis untuk menentukan target konsumen yang spesifik. Dalam studi ini, segmentasi dilakukan berdasarkan tiga dimensi utama: demografi, psikografi, dan geografis. Dari segi demografi, target utama Shinsekai Japanese Food adalah konsumen berusia 18-35 tahun, yang mencakup pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Kelompok usia ini dikenal memiliki pola konsumsi yang dinamis dan cenderung eksploratif dalam mencoba jenis makanan baru. Selain itu, mereka memiliki daya beli yang cukup, terutama di kalangan pekerja muda dan mahasiswa yang mendapatkan dukungan finansial dari keluarga. Secara psikografis, konsumen yang menjadi target adalah individu dengan gaya hidup modern dan terbuka terhadap budaya internasional. Mereka biasanya aktif di media sosial, gemar berbagi pengalaman kuliner, dan cenderung memilih restoran dengan konsep unik. Konsumen ini juga menghargai makanan yang sehat dan bersumber dari bahan berkualitas. Tren makanan sehat, seperti sushi yang rendah kalori atau ramen dengan bahan organik, dapat menjadi nilai jual tambahan. Dari aspek geografis, lokasi usaha sangat mempengaruhi segmentasi pasar. Shinsekai Japanese Food berpotensi untuk berkembang di kawasan urban yang padat penduduk, dekat dengan pusat perbelanjaan, perkantoran, dan kampus. Wilayah ini memiliki tingkat

⁴ Purwana and Hidayat. 2016. Studi Kelayakan Bisnis. 1st ed. Depok: PT Raja Grafindo Persada.

kunjungan tinggi, sehingga dapat meningkatkan peluang untuk menjangkau lebih banyak konsumen.⁵

c) Analisis Kompetitor

Analisis terhadap pesaing merupakan langkah penting untuk memahami posisi usaha Shinsekai Japanese Food di pasar. Industri makanan Jepang di Indonesia cukup kompetitif, dengan kehadiran restoran skala besar, waralaba internasional, serta usaha kecil dan menengah yang menawarkan menu serupa. Setiap kategori pesaing memiliki keunggulan dan tantangan tersendiri.

Restoran skala besar dan waralaba internasional seperti Sushi Tei dan Marugame Udon memiliki keunggulan dalam hal merek yang sudah dikenal luas, standar kualitas yang konsisten, dan daya tarik fasilitas premium. Namun, kelemahan utama mereka adalah harga yang relatif tinggi, yang membatasi jangkauan ke segmen konsumen dengan daya beli menengah ke bawah. Di sisi lain, usaha kecil dan menengah yang menawarkan makanan Jepang dengan harga terjangkau memiliki keunggulan dari segi kedekatan dengan konsumen lokal. Namun, sering kali mereka menghadapi tantangan dalam hal menjaga kualitas rasa dan layanan. Shinsekai Japanese Food dapat memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan makanan Jepang berkualitas yang tetap terjangkau bagi berbagai segmen konsumen. Analisis kompetitor juga mencakup strategi pemasaran yang digunakan oleh pesaing, seperti diskon promosi, layanan pesan antar, dan kolaborasi dengan platform digital. Melalui analisis ini, Shinsekai Japanese Food dapat mengidentifikasi celah pasar yang belum dimanfaatkan oleh pesaing dan menciptakan keunggulan kompetitif.⁶

d) Strategi Pemasaran

Berdasarkan analisis pasar dan pesaing, strategi pemasaran menjadi faktor kunci dalam memastikan keberhasilan pengembangan usaha. Shinsekai Japanese Food perlu mengadopsi strategi pemasaran yang terintegrasi, meliputi branding, promosi, penetapan harga, dan distribusi.⁷

⁵ Nasution et al. 2019. Studi Kelayakan Bisnis Produksi & Pemasaran Cake Di Kota Bandung (Kasus Di Cv. Yeye Group). Jurnal Teknik: Media Pengembangan Ilmu Dan Aplikasi Teknik 18(1):38.

⁶ Sa'id at al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Produksi Tahu Sumedang (Studi Kasus Di Pabrik Tahu XY Kecamatan Conggeang). Jurnal Agroindustri Halal 6(1):105– 13.

⁷ Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi Wahyuni, A., Muthia Syahrani Hsb, R., & Latiful fatih, M. (2022). VISA: Journal of Visions and Ideas

1. **Branding:** Membangun identitas merek yang kuat sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Shinsekai Japanese Food dapat menonjolkan konsep autentik Jepang dengan sentuhan modern yang sesuai dengan preferensi lokal. Desain logo, interior restoran, hingga penyajian makanan harus konsisten dengan tema yang diusung.
2. **Promosi:** Strategi promosi yang efektif dapat dilakukan melalui platform digital, seperti media sosial dan aplikasi pesan antar makanan. Shinsekai Japanese Food dapat memanfaatkan Instagram dan TikTok untuk berbagi konten visual yang menarik, seperti pembuatan sushi atau promo menu baru. Selain itu, kolaborasi dengan food influencer dapat meningkatkan eksposur merek kepada audiens yang lebih luas. Promosi offline, seperti diskon saat pembukaan cabang baru atau program loyalitas pelanggan, juga dapat menjadi daya tarik tambahan.
3. **Penetapan Harga:** Harga yang kompetitif menjadi salah satu elemen penting dalam menarik konsumen. Shinsekai Japanese Food dapat mengadopsi strategi penetapan harga berbasis nilai, yaitu menyesuaikan harga dengan kualitas yang ditawarkan. Paket menu dengan harga hemat untuk grup atau keluarga juga dapat menjadi pilihan untuk menarik lebih banyak pelanggan.
4. **Distribusi:** Di era digital, layanan pesan antar makanan menjadi salah satu aspek penting dalam strategi distribusi. Bermitra dengan platform seperti GoFood dan GrabFood dapat membantu Shinsekai Japanese Food menjangkau konsumen yang tidak dapat datang langsung ke restoran. Selain itu, pengemasan makanan yang menarik dan ramah lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi merek.

Aspek Teknis dan Operasional dalam Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Shinsekai Japanese Food

Aspek teknis dan operasional memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan jangka panjang usaha kuliner, termasuk usaha Shinsekai Japanese Food. Dalam hal ini, keberhasilan pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada konsep bisnis dan strategi pemasaran, tetapi juga pada kelancaran operasional yang melibatkan pemilihan lokasi yang tepat, desain dan tata letak restoran yang efisien, teknologi produksi yang digunakan, serta manajemen operasional yang efektif. Setiap elemen ini harus dipertimbangkan dengan cermat untuk memastikan bahwa usaha Shinsekai dapat berjalan dengan

lancar, memberikan pengalaman terbaik bagi konsumen, dan tetap berkelanjutan dalam jangka panjang.⁸

1) Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan sebuah restoran. Shinsekai Japanese Food perlu memilih lokasi yang strategis untuk mendukung visibilitas, kemudahan akses, dan keberlanjutan usaha. Pemilihan lokasi baru untuk cabang tambahan harus mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti lokasi yang dekat dengan kawasan pusat perbelanjaan, perkantoran, atau kampus, yang biasanya memiliki tingkat lalu lintas konsumen yang tinggi. Selain itu, penting juga untuk menganalisis potensi pasar di wilayah tersebut, termasuk tingkat daya beli, preferensi konsumen, dan persaingan yang ada. Salah satu keunggulan dari lokasi yang strategis adalah kemudahan akses bagi konsumen yang ingin berkunjung, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Misalnya, memilih lokasi di pusat kota yang memiliki stasiun transportasi umum atau di pusat perbelanjaan yang ramai akan mempermudah konsumen untuk menjangkau restoran. Namun, hal ini juga berarti bahwa biaya sewa atau kepemilikan lahan di lokasi strategis biasanya lebih tinggi. Oleh karena itu, perencanaan anggaran yang matang sangat penting untuk memastikan bahwa biaya operasional tidak membebani usaha. Di sisi lain, kelemahan lokasi yang sangat strategis adalah tingginya persaingan dengan usaha serupa. Oleh karena itu, penting untuk melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk memahami karakteristik pasar di daerah tersebut dan menilai apakah terdapat cukup permintaan untuk makanan Jepang. Selain itu, perlu dipertimbangkan juga faktor keamanan dan kenyamanan lokasi, mengingat kenyamanan konsumen dalam mengunjungi restoran dapat mempengaruhi frekuensi kunjungan mereka.

2) Desain dan Tata Letak

Desain dan tata letak restoran juga mempengaruhi operasional sehari-hari, kenyamanan konsumen, dan efisiensi kerja staf. Sebagai restoran yang menyajikan makanan Jepang, desain dan suasana yang autentik dan menarik sangat diperlukan untuk memberikan pengalaman bersantap yang menyeluruh. Oleh karena itu, tata letak restoran perlu dirancang sedemikian rupa untuk menciptakan suasana yang nyaman dan fungsional. Tata letak

⁸ Pratama, B. C., Bagis, F., Retnaningrum, M., & Innayah, M. N. (2019). Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Analisa Studi Kelayakan Bisnis. *BERDIKARI : Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 7(2). <https://doi.org/10.18196/bdr.7262>

yang baik akan memastikan bahwa alur operasional di dalam restoran berjalan lancar, dari mulai penerimaan tamu, proses pemesanan, penyajian makanan, hingga pembayaran. Sebagai contoh, area dapur harus dipisahkan dengan baik dari area makan agar proses produksi makanan tetap higienis dan tidak mengganggu kenyamanan pengunjung. Ruang makan sebaiknya memiliki sirkulasi udara yang baik dan pencahayaan yang cukup untuk menciptakan atmosfer yang menyenangkan. Selain itu, pemilihan furnitur yang tepat, seperti meja dan kursi yang ergonomis dan nyaman, juga akan menambah kenyamanan pengunjung dalam menikmati hidangan mereka. Penting untuk memastikan bahwa kapasitas restoran sesuai dengan jumlah pengunjung yang diperkirakan datang setiap harinya. Kapasitas ini harus disesuaikan dengan ukuran restoran, serta jumlah pegawai dan peralatan yang tersedia. Desain yang baik juga memperhatikan aspek estetika, seperti penggunaan elemen desain Jepang yang khas, seperti panel kayu, lampu gantung tradisional, atau aksesoris batu alam, untuk memberikan kesan yang otentik dan menyenangkan.⁹

3) Teknologi Produksi

Dalam usaha kuliner, teknologi produksi memegang peranan yang sangat penting dalam memastikan kualitas makanan yang konsisten dan efisien. Untuk Shinsekai Japanese Food, teknologi produksi yang digunakan dalam penyajian makanan harus mendukung proses produksi yang cepat, higienis, dan menghasilkan makanan berkualitas tinggi. Oleh karena itu, pemilihan peralatan dan alat yang tepat menjadi sangat penting.

Peralatan dapur yang diperlukan untuk menyajikan makanan Jepang meliputi berbagai jenis alat masak, alat pemanggang, alat pengiris, dan alat pengukus. Misalnya, penggunaan mesin sushi rolling yang dapat mempermudah proses pembuatan sushi dalam jumlah banyak dengan kualitas yang tetap terjaga. Selain itu, untuk makanan seperti ramen, teknologi pemasakan yang efisien seperti mesin pembuatan mie atau panci masak otomatis dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu tunggu bagi konsumen. Selain peralatan masak, teknologi juga dapat digunakan dalam manajemen dapur, seperti sistem pemantauan suhu dan kelembapan untuk memastikan kualitas bahan baku, serta software manajemen stok yang dapat membantu dalam pengelolaan bahan baku dan persediaan. Penggunaan sistem pemesanan otomatis, baik untuk pemesanan online maupun pemesanan langsung di restoran, juga dapat meningkatkan efisiensi

⁹ Insandi et al. 2019. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pemanfaatan Limbah Agribisnis Menjadi Energi Alternatif Di Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun. Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis 1(1):18–30.

operasional. Dengan demikian, teknologi tidak hanya membantu dalam meningkatkan kualitas produk tetapi juga mempercepat proses pelayanan kepada pelanggan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan konsumen.¹⁰

4) Manajemen Operasional

Manajemen operasional yang efisien adalah faktor penting dalam menjaga kelancaran usaha restoran. Dalam hal ini, Shinsekai Japanese Food perlu memiliki sistem manajemen operasional yang baik untuk mengelola semua aspek usaha, mulai dari pengelolaan sumber daya manusia, pengaturan jam operasional, hingga pengelolaan proses produksi. Sumber daya manusia merupakan salah satu elemen terpenting dalam operasional restoran. Shinsekai Japanese Food perlu memiliki staf yang terlatih dan berkompeten, mulai dari koki yang menguasai teknik masak Jepang, pelayan yang ramah, hingga manajer yang memiliki kemampuan dalam mengelola operasional restoran. Pelatihan rutin untuk staf sangat penting untuk memastikan kualitas layanan yang tinggi dan efisiensi kerja. Selain itu, manajemen SDM yang baik juga mencakup pengaturan jadwal kerja yang fleksibel untuk memastikan ketersediaan staf yang memadai pada jam sibuk. Pengaturan jam operasional restoran juga mempengaruhi pengalaman konsumen dan kelancaran operasional. Shinsekai Japanese Food harus menyesuaikan jam buka restoran dengan pola konsumsi konsumen di wilayah tersebut. Misalnya, jika target pasar melibatkan pekerja kantor, restoran bisa buka pada jam makan siang dan malam hari. Sistem shift kerja bagi karyawan perlu diterapkan agar restoran dapat tetap beroperasi dengan optimal. Pengaturan jam operasional yang baik juga dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional di dapur.

Proses produksi di dapur harus dirancang sedemikian rupa agar dapat berjalan lancar tanpa hambatan. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan mengadopsi sistem kerja yang terstruktur, di mana setiap staf memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas. Proses pemesanan makanan dari pelanggan hingga penyajian harus berjalan dengan cepat dan akurat untuk menghindari kesalahan yang dapat merugikan usaha. Pengelolaan stok bahan baku dan inventaris juga harus dilakukan secara hati-hati untuk memastikan bahwa restoran selalu memiliki bahan baku yang cukup tanpa mengalami pemborosan. Selain itu, untuk memaksimalkan pengelolaan operasional, penggunaan teknologi seperti sistem POS (Point of Sale) dapat membantu dalam memantau transaksi, laporan penjualan, dan inventaris

¹⁰ Kasmir and Jakfar. 2020. Studi Kelayakan Bisnis. Edisi Revi. Jakarta: Prenadamedia Group.

secara real-time. Hal ini memungkinkan manajer untuk melakukan analisis yang lebih baik dalam pengelolaan bisnis dan mengidentifikasi area yang membutuhkan perbaikan.

Analisis SWOT dalam Studi Kelayakan Pengembangan Usaha Shinsekai Japanese Food

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan salah satu alat yang sangat berguna dalam mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan pengembangan sebuah usaha. Dalam konteks pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food, analisis SWOT dapat membantu dalam menentukan kekuatan dan kelemahan internal yang perlu dikelola serta peluang dan ancaman eksternal yang perlu diantisipasi. Dengan melakukan analisis ini, pemilik usaha dapat membuat keputusan yang lebih tepat untuk memaksimalkan potensi usaha dan meminimalkan risiko yang ada.¹¹

a. Kekuatan (*Strengths*)

Shinsekai Japanese Food memiliki beberapa kekuatan yang menjadi dasar keberhasilan dan daya tarik usaha. Salah satu kekuatan utama adalah konsep unik dan autentik dari makanan Jepang yang ditawarkan. Dalam industri kuliner yang semakin kompetitif, makanan Jepang memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri, yang menjadi faktor pembeda dengan restoran lainnya. Menu yang beragam, seperti sushi, ramen, dan donburi, menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda dan sesuai dengan tren gaya hidup sehat yang semakin populer di kalangan konsumen. Selain itu, kualitas bahan baku yang digunakan juga menjadi kekuatan utama. Shinsekai Japanese Food mungkin telah membangun hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku berkualitas, seperti ikan segar, daging premium, dan sayuran organik, yang sangat penting untuk menjaga kualitas makanan. Keberhasilan usaha ini sangat bergantung pada konsistensi kualitas hidangan yang disajikan, yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kekuatan lainnya adalah lokasi strategis dari restoran. Pemilihan lokasi yang berada di pusat keramaian atau dekat dengan perkantoran, pusat perbelanjaan, atau kampus memberikan akses mudah bagi pelanggan untuk datang dan menikmati hidangan. Lokasi yang mudah dijangkau akan meningkatkan volume pengunjung dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, Shinsekai Japanese Food juga dapat memiliki kekuatan dalam hal reputasi dan branding. Jika usaha ini sudah cukup dikenal di kalangan konsumen, hal ini

¹¹ Sobana. 2018. Studi Kelayakan Bisnis. 1st ed. Bandung: CV Pustaka Setia.

dapat memudahkan upaya pemasaran lebih lanjut dan memperluas pangsa pasar. Pemasaran yang efektif dan citra merek yang kuat akan mempermudah usaha dalam menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan setia.¹²

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Meskipun Shinsekai Japanese Food memiliki banyak kekuatan, ada beberapa kelemahan internal yang perlu diperhatikan dan diperbaiki untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Salah satu kelemahan utama adalah ketergantungan pada bahan baku impor. Makanan Jepang sering kali memerlukan bahan baku yang tidak mudah didapat di pasar lokal, seperti ikan segar berkualitas tinggi, rumput laut, atau bahan makanan khas Jepang lainnya. Ketergantungan pada bahan baku impor dapat meningkatkan biaya operasional dan menyebabkan risiko pasokan yang terganggu jika ada masalah dengan distribusi atau fluktuasi harga bahan baku. Selain itu, dalam hal operasional, manajemen sumber daya manusia (SDM) bisa menjadi tantangan. Memiliki koki yang ahli dalam memasak makanan Jepang memerlukan pelatihan yang intensif dan biaya yang lebih tinggi. Begitu pula dengan staf lainnya yang perlu terlatih untuk memberikan pelayanan yang ramah dan efisien. Kurangnya pelatihan atau rotasi staf yang tinggi dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kelemahan lain yang mungkin dihadapi adalah terbatasnya kapasitas restoran untuk menampung banyak pengunjung pada waktu-waktu tertentu, seperti jam makan siang dan malam. Ini dapat menyebabkan antrian panjang yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan memilih untuk pergi ke tempat lain. Oleh karena itu, masalah kapasitas ini perlu ditangani dengan perencanaan desain restoran yang lebih baik, serta pengelolaan jam operasional yang efisien.

c. Peluang (*Opportunities*)

Dalam hal peluang eksternal, terdapat beberapa faktor yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food. Salah satu peluang utama adalah meningkatnya minat konsumen terhadap makanan sehat dan gaya hidup sehat. Makanan Jepang sering kali dianggap sebagai pilihan yang sehat karena penggunaan bahan-bahan segar, rendah lemak, dan kaya akan nutrisi. Ini adalah peluang besar untuk menarik segmen pasar yang sadar akan kesehatan, terutama di kota-kota besar yang

¹² Yunus et al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Kedai Kinetik Di Tinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. E-Proceeding of Engineering 7(2):5181–86.

memiliki konsumen muda dan profesional yang peduli dengan asupan makanan mereka. Peluang lainnya adalah perkembangan teknologi yang dapat mendukung operasional restoran. Dengan semakin banyaknya orang yang melakukan pemesanan secara online, Shinsekai Japanese Food dapat memanfaatkan platform pemesanan online untuk menjangkau konsumen lebih luas. Menawarkan layanan pemesanan dan pengantaran makanan melalui aplikasi atau website dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital ini di mana pemesanan online semakin populer. Selain itu, ekspansi pasar juga menjadi peluang besar. Jika restoran Shinsekai berhasil menarik cukup banyak pelanggan di satu lokasi, peluang untuk membuka cabang baru di wilayah lain atau bahkan di luar kota dapat dieksplorasi. Meningkatnya permintaan terhadap makanan Jepang dan perkembangan tren kuliner global dapat membuka pasar baru yang potensial. Selain itu, pembukaan cabang di pusat perbelanjaan atau tempat wisata yang ramai juga dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas pangsa pasar. Peluang lainnya datang dari kerjasama dengan pihak ketiga, seperti perusahaan pengantaran makanan atau aplikasi pemesanan. Melalui kerja sama ini, Shinsekai Japanese Food dapat meningkatkan visibilitas dan memperkenalkan produk kepada lebih banyak orang, tanpa harus berinvestasi besar dalam infrastruktur distribusi. Selain itu, kolaborasi dengan influencer kuliner atau event kuliner juga dapat meningkatkan awareness dan menarik lebih banyak pelanggan baru.¹³

d. Ancaman (*Threats*)

Meskipun ada banyak peluang, pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food juga menghadapi beberapa ancaman eksternal yang perlu diantisipasi. Salah satu ancaman utama adalah persaingan yang semakin ketat di industri restoran, terutama dengan semakin banyaknya restoran yang menyajikan makanan Jepang atau masakan serupa. Persaingan ini dapat mempengaruhi daya tarik pelanggan dan mempengaruhi harga jual yang harus bersaing dengan pesaing lainnya. Oleh karena itu, Shinsekai perlu terus menjaga keunggulannya dalam hal kualitas, pelayanan, dan inovasi menu agar tetap menarik bagi pelanggan. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku dan perubahan ekonomi juga dapat menjadi ancaman. Jika harga bahan baku impor naik secara signifikan, hal ini dapat mempengaruhi profitabilitas usaha. Begitu pula dengan kondisi ekonomi yang tidak stabil, yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat. Krisis ekonomi atau perubahan

¹³ Santoso et al. 2022. Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). Jurnal Multidisiplin West Science 01(02):181–95.

kebijakan pemerintah yang mempengaruhi pajak dan regulasi usaha juga perlu diwaspadai. Ancaman lain yang dapat mempengaruhi usaha restoran adalah perubahan preferensi konsumen. Jika tren makanan berubah atau jika masyarakat mulai beralih ke jenis makanan lain yang lebih sesuai dengan selera atau gaya hidup mereka, hal ini dapat berdampak negatif pada permintaan makanan Jepang. Oleh karena itu, Shinsekai perlu terus mengikuti tren kuliner dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Terakhir, ancaman dari faktor eksternal seperti pandemi atau bencana alam juga dapat mempengaruhi operasional restoran. Pandemi COVID-19, misalnya, menyebabkan penurunan jumlah pengunjung di restoran fisik dan peningkatan ketergantungan pada pengantaran makanan. Hal ini mengharuskan restoran untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pola konsumsi dan berinvestasi dalam layanan delivery atau online untuk tetap bertahan.¹⁴

KESIMPULAN DAN SARAN

Studi kelayakan pengembangan usaha Shinsekai Japanese Food menunjukkan bahwa usaha ini memiliki peluang yang besar untuk berkembang, terutama dengan semakin populernya makanan Jepang di Indonesia. Analisis pasar yang mendalam, segmentasi konsumen yang tepat, dan pemilihan lokasi yang strategis adalah faktor kunci yang perlu dipertimbangkan dalam merencanakan pengembangan usaha ini. Dengan mengadopsi strategi pemasaran yang terintegrasi, manajemen operasional yang efisien, dan inovasi produk yang berkelanjutan, Shinsekai Japanese Food dapat menciptakan pengalaman bersantap yang tidak hanya memuaskan secara rasa tetapi juga memikat secara visual, memberikan peluang sukses yang besar dalam pasar kuliner yang kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ibrahim. 2020. *Studin Kelayakan Bisnis*. Edisi Revi. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ichsan et al. 2019. *Studi Kelayakan Bisnis*. CV. Manji Medan 275.
- Insandi et al. 2019. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pemanfaatan Limbah Agribisnis Menjadi Energi Alternatif Di Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ilmiah Magister Agribisnis* 1(1):18–30.
- Kasmir and Jakfar. 2020. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi Revi. Jakarta: Prenadamedia Group.

¹⁴ Tsamrotur Rofa, I., Rizki Meilani, A., Mija Hasibuan, N., Kurnia Nasution, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2018). *VISA: Journal of Visions and Ideas Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis*.

- Nasution et al. 2019. Studi Kelayakan Bisnis Produksi & Pemasaran Cake Di Kota Bandung (Kasus Di Cv. Yeye Group). Jurnal Teknik: Media Pengembangan Ilmu Dan Aplikasi Teknik 18(1):38.
- Purwana and Hidayat. 2016. Studi Kelayakan Bisnis. 1st ed. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sa'id at al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Produksi Tahu Sumedang (Studi Kasus Di Pabrik Tahu XY Kecamatan Conggeang). Jurnal Agroindustri Halal 6(1):105– 13.
- Santoso et al. 2022. Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). Jurnal Multidisiplin West Science 01(02):181–95.
- Sobana. 2018. Studi Kelayakan Bisnis. 1st ed. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yunus et al. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Pembukaan Cabang Kedai Kinetik Di Tinjau Dari Aspek Pasar, Aspek Teknis, Dan Aspek Finansial. E-Proceeding of Engineering 7(2):5181–86.
- Pratama, B. C., Bagis, F., Retnaningrum, M., & Innayah, M. N. (2019). Peningkatan Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Analisa Studi Kelayakan Bisnis. BERDIKARI : Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks, 7(2). <https://doi.org/10.18196/bdr.7262>
- Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Produksi Wahyuni, A., Muthia Syahrani Hsb, R., & Latiful fatih, M. (2022). VISA: Journal of Visions and Ideas
- Supriono, A. (2022). Analisis Dan Perancangan Sistem Antrian Tiket Dan Penjadwalan Dokter Dengan Algoritma First In First Out (Fifo) Berbasis Web. OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Sains, 1(06).
- Tsamrotur Rofa, I., Rizki Meilani, A., Mija Hasibuan, N., Kurnia Nasution, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2018). VISA: Journal of Visions and Ideas Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis.