

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan sektor yang sangat berkembang dan terus berkembang secara signifikan khususnya di Indonesia. Berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 4) bahwa kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antarbangsa. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 Tahun (2009) Pasal 14, usaha wisata pariwisata meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyedia akomodasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisma tirta, dan spa.

Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun (2009) tentang klasifikasi usaha pariwisata, usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, kafe, rumah makan, dan bar/kedai minum.

TABEL 1

Pertumbuhan Konsumsi Makanan Jadi per Kapita per Tahun di Indonesia

(2017-2019)

Jenis makanan	Kuantitas (Porsi)		
	2017	2018	2019
Roti tawar	19,136	19,084	18,693
Roti manis/ roti lainnya	57,565	58,504	60,271
Kue kering/biskuit/semprong	20,022	22,822	23,094
Kue basah	70,132	74,626	78,840
Makanan gorengan	178,808	181,509	178,203
Bubur kacang hijau	5,787	6,314	6,773
Gado-gado/ketoprak/pecel	11,158	11,080	10,809
Nasi campur	42,913	43,273	42,173
Nasi goreng	9,907	10,256	10,371
Nasi putih	11,158	12,743	14,892
Lontong/ketupat sayur	10,683	10,897	11,210
Soto/gule/sop/rawon/cincang	8,342	9,088	9,338
Sate/tongseng	4,484	4,911	5,130
Mie (bakso/rebus/goreng)	30,680	31,431	30,962
Mie instan	4,588	4,698	4,724
Makanan ringan anak-anak	38,585	39,315	37,057
Ikan goreng/bakar/dsb	7,352	8,097	8,478
Ayam/daging	9,907	11,283	12,738
Makanan jadi lainnya	17,989	23,563	25,409

Sumber : Kementerian Pertanian (2019)

Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian (Tabel 1), kue basah merupakan jenis makanan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Konsumsi kue basah meningkat setiap tahunnya, bahkan menjadi jenis makanan jadi dengan konsumsi terbanyak kedua setelah makanan gorengan. Konsumsi kue basah meningkat dari 70,132 porsi per kapita (2017), menjadi

74,626 porsi (2018), menjadi 78,840 porsi (2019). Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa kue basah merupakan jenis makanan yang disukai dan memiliki daya tarik bagi masyarakat Indonesia.

Dilansir dari (guesehat.com), Indonesia merupakan negara yang paling suka ngemil. Dimana sebanyak 72% orang mengonsumsi cemilan sebanyak tiga kali dalam sehari. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Indonesia suka mengonsumsi makanan ringan. Kesukaan ngemil ini mulai masuk kedalam kalangan milenial. Tren belanja yang menjadi digital menyebabkan kalangan milenial berbelanja makanan kemasan pada platform digital, dimana hal ini menyebabkan peningkatan sebesar 38%. Generasi milenial mulai menganggap ngemil merupakan kebutuhan sehari-hari dimana kecenderungan untuk ngemil adalah empat kali atau lebih dalam sehari.

Dikutip dari (Indonesia.go.id), jamu merupakan minuman tradisional dari Indonesia yang digunakan sebagai minuman kesehatan, mencegah, dan menyembuhkan beberapa penyakit. Diketahui, jamu merupakan minuman kesehatan yang dikonsumsi masyarakat Indonesia dari zaman lalu hingga sekarang. Jamu menjadi salah satu minuman tradisional yang dibutuhkan oleh masyarakat karena memiliki banyak khasiat dimana salah satunya dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Hal ini menjadi salah satu alasan jamu masih dicari dan digemari oleh masyarakat Indonesia.

TABEL 2

Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Banten
menurut Lapangan Usaha (Persen)

Lapangan Usaha	Trw II/2020 terhadap Trw I/2020 (<i>q to q</i>)	Trw II/2020 terhadap Trw II/2019 (<i>y on y</i>)	Sem I/2020 terhadap sem I/2019 (<i>c to c</i>)	Sumber pertumbuhan Trw II/2020 (<i>y on y</i>)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	1,76	3,92	3,92	0,21
Pertambangan dan Penggalian	-3,10	-1,11	0,78	-0,01
Industri Pengolahan	-9,24	-9,11	-4,38	-3,09
Pengadaan Listrik dan Gas	-17,12	-18,45	-12,50	-0,17
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3,31	5,80	5,72	0,01
Konstruksi	-7,42	-5,84	-0,10	-0,57
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	-8,14	-5,77	-0,56	-0,80
Transportasi dan Pergudangan	-43,94	-47,00	-25,54	-2,98
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	-14,70	-11,76	-2,51	-0,30
Informasi dan Komunikasi	5,91	9,74	9,23	0,59
Jasa Keuangan dan Asuransi	-1,05	2,85	2,43	0,08
Real Estate	-4,25	-0,18	3,96	-0,02
Jasa Perusahaan	-14,08	-9,80	-1,03	-0,10
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	-1,08	-3,14	-0,31	-0,06

TABEL 2

Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Banten menurut Lapangan Usaha (Persen) (Lanjutan)

Lapangan Usaha	Trw II/2020 terhadap Trw I/2020 (<i>q to q</i>)	Trw II/2020 terhadap Trw II/2019 (<i>y on y</i>)	Sem I/2020 terhadap sem I/2019 (<i>c to c</i>)	Sumber pertumbuhan Trw II/2020 (<i>y on y</i>)
Jasa Pendidikan	-0,37	-1,66	0,63	-0,05
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	-2,77	3,43	6,00	0,04
Jasa lainnya	-15,81	-11,76	-2,04	-0,18
PDRB	-8,55	-7,40	-2,15	-7,40

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020) pada tabel 2, ekonomi Provinsi Banten pada triwulan II tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 7,40 persen. Laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Banten menurut lapangan usaha penyedia akomodasi dan makanan minuman mengalami penurunan sebesar 14,70% pada triwulan II/2020 terhadap triwulan I/2020. Lalu mengalami penurunan sebesar 11,76 pada triwulan II/2020 terhadap triwulan II/2019. Secara keseluruhan semester I/2020 terhadap semester I/2019 terjadi penurunan sebesar 2,51%. Pertumbuhan lapangan usaha penyedia akomodasi makanan dan minuman pada triwulan II/2020 menurun sebesar 0,30%.

TABEL 3

Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut

Kabupaten/Kota di Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk (Jiwa)			Laju Pertumbuhan (%)
	2017	2018	2019	2017-2019
Kabupaten				
1. Pandeglang	1.205.203	1.209.011	1.211.909	0,28
2. Lebak	1.288.103	1.295.810	1.302.608	0,56
3. Tangerang	3.584.770	3.692.693	3.800.787	2,93
4. Serang	1.493.591	1.501.501	1.508.397	0,49
Kota				
1. Tangerang	2.139.891	2.185.304	2.229.901	2,06
2. Cilegon	425.103	431.305	437.205	1,40
3. Serang	666.600	677.804	688.603	1,62
4. Tangerang Selatan	1.644.899	1.696.308	1.747.906	3,04
Provinsi Banten	12.448.160	12.689.736	12.927.316	1,89

Sumber : Badan Pusat Statistika Provinsi Banten (2020)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2019) pada Tabel 3, Kabupaten Tangerang memiliki jumlah penduduk terbanyak dengan laju pertumbuhan terbesar kedua di Provinsi Banten. Pada tahun 2017 Kabupaten Tangerang memiliki jumlah penduduk sejumlah 3.584.770 jiwa, meningkat menjadi 3.692.693 jiwa pada tahun 2018 dan meningkat kembali menjadi 3.800.787 jiwa pada tahun 2019, tercatat laju pertumbuhan penduduk dari tahun 2017-2019 sebesar 2,93%.

TABEL 4

Data perkembangan kasus *Covid-19* per-bulan di Provinsi Banten pada
Tahun 2020

Bulan	Terkonfirmasi	Sembuh	Meninggal
Maret	79	3	14
April	268	32	26
Mei	457	209	28
Juni	601	397	10
Juli	374	718	11
Agustus	1.069	693	18
September	2.740	2.320	63
Oktober	3.846	3.495	98
November	3.569	1.327	65
Total	12.040	9.194	333

Sumber : Satuan Tugas Penanganan Covid-19 (2020)

Berdasarkan data yang didapatkan dari Satuan Tugas Penanganan *covid-19* pada tabel 4, kasus virus *covid-19* di Provinsi Banten mulai terkonfirmasi pada bulan Maret dan terus meningkat setiap bulannya. Kasus terkonfirmasi positif *covid-19* selalu berkembang setiap bulannya dan mencapai total 12.040 kasus pada bulan November. Sementara kasus sembuh dari *covid-19* terus menunjukkan kemajuan yang baik dengan total 9.194 kasus pada bulan November. Namun, kasus meninggal pada *covid-19* juga masih meningkat setiap bulannya mencapai 333 kasus sampai bulan November. Hal ini menunjukkan bahwa virus *covid-19* merupakan hal yang serius dilihat dari perkembangan kasus yang terjadi khususnya kasus meninggal.

Dikutip dari (Prakoso, 2020), untuk menekan penyebaran *covid-19* yang terjadi di Indonesia, pemerintah memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Penerapan PSBB oleh pemerintah berdampak besar terhadap penurunan ekonomi karena beberapa kebijakan seperti penutupan mall, bioskop, tempat rekreasi, dan lain sebagainya. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang terdampak oleh pandemi *covid-19*. Banyak bisnis yang tidak bertahan dan tutup karena biaya operasional yang tinggi tetapi memiliki pemasukan yang rendah. Namun, masih terdapat banyak bisnis makanan dan minuman yang mampu bertahan dengan mengandalkan penjualan *takeaway* atau *delivery*. Selama pandemi *covid-19*, penggunaan teknologi digital seperti aplikasi pengantar makanan memang tidak dapat dihindari khususnya oleh industri makanan dan minuman. Penjualan secara *online* merupakan salah satu jalan bagi industri makanan dan minuman untuk bertahan karena dapat mengurangi interaksi serta kontak langsung antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan data diatas, penulis tertarik untuk membuka usaha yang terletak di Kabupaten Tangerang. Bisnis ini berjalan di bidang penyedia jasa makanan dan minuman yang bernama *Koka Dessert Box*. Koka sendiri memiliki arti kotak lokal, dimana setiap makanan dan minuman yang ditawarkan merupakan produk lokal khas Indonesia. Koka mengutamakan layanan pesan antar dan berfokus dalam menjual *dessert*, yaitu *dessert box* yang terinspirasi dari jajanan pasar Indonesia. Jajanan pasar ini akan diinovasi menjadi kue basah yang dipadukan dengan lapisan krim lembut serta *topping* sebagai pemberi kesan kepada setiap kotak.

Dikutip dari (Hans, 2019), jajanan pasar merupakan makanan tradisional Indonesia yang diperjualbelikan di pasar tradisional. Jajanan pasar merupakan makanan yang masih banyak diminati oleh masyarakat walaupun terdapat banyak ragam kreasi baru karena memiliki rasa yang khas dan sesuai dengan lidah orang Indonesia. Berinovasi dengan jajanan pasar adalah salah satu cara untuk terus melestarikan jajanan pasar sebagai bukti kekayaan kuliner Indonesia yang akan terus disukai oleh setiap generasi.

Koka Dessert Box akan berlokasi di Gading Serpong, Kabupaten Tangerang. Gading Serpong merupakan salah satu lokasi yang sedang berkembang dan dikunjungi oleh banyak masyarakat. Lokasinya yang di kelilingi oleh berbagai fasilitas seperti kampus, sekolah, perumahan, rumah sakit, pusat perbelanjaan, dan akses tol menjadikan Gading Serpong sebagai lokasi yang tepat untuk membuka bisnis. *Delivery* dan *takeaway* makanan merupakan layanan yang ditawarkan oleh *Koka Dessert Box*. Layanan *delivery* dan *takeaway* merupakan salah satu cara untuk membantu menekan laju penyebaran *covid-19* yang sedang terjadi.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Untuk mengantisipasi resiko terjadinya kegagalan besar dalam suatu bisnis diperlukan suatu penelitian atau studi kelayakan. Tidak hanya menghindari resiko kerugian saja, menentukan tujuan studi kelayakan juga memiliki banyak manfaat kedepannya seperti mempermudah perencanaan, memudahkan pelaksanaan pekerjaan, dan lainnya. Tujuan studi kelayakan bisnis akan dijadikan sebagai panduan kemana bisnis yang

akan dibangun berjalan dan digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan bisnis yang akan dibangun.

Tujuan studi kelayakan dibagi menjadi dua aspek yaitu, tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*). Berikut merupakan penjelasan mengenai dua aspek tersebut.

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

a. Aspek Pemasaran

Menganalisis kelayakan permintaan, segmentasi, target, posisi usaha, bauran pemasaran, ekonomi, sosial, politik, lingkungan hidup dan teknologi yang digunakan dalam usaha yang dijalankan.

b. Aspek Operasional

Menganalisa kegiatan produksi dan kegiatan keseharian bisnis, penentuan lokasi, layout produksi, alat yang akan digunakan, proses produksi sampai pemilihan teknologi yang akan digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisa struktur organisasi dan tanggung jawab dari masing – masing Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga semua bisa berjalan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing dan memberikan pelatihan dan pengembangan.

d. Aspek Keuangan

Mengontrol keuangan usaha mulai dari mencari sumber dana, proyeksi pendapatan, biaya operasional, sampai proyeksi neraca, arus kas dan *Break Even Point*.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang berada di sekitar area usaha.
- b. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah Gading Serpong terutama dalam bidang penjualan makanan dan minuman.
- c. Melestarikan jajanan pasar Indonesia.

C. Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan Studi Kelayakan Bisnis dibutuhkan data yang *valid* dan *reliable* sehingga bisa mendapatkan hasil yang akurat. Penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu, data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.38), data primer adalah :

“Primary data refers to data that the researcher gathers first hand for specific purpose of the study through interviews, observation, administering questionnaires, and experiments.”

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa data primer merupakan data yang dikumpulkan pertama kali untuk tujuan penelitian dan didapatkan melalui *interview*, observasi, kuesioner,

dan eksperimen. Dalam Studi Kelayakan Bisnis *Koka Dessert Box*, data primer akan didapatkan dengan menggunakan :

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.142), Kuesioner adalah:

“questionnaire is a preformulated written set of questions to which respondents record their answers, usually within rather closely defined alternatives.”

Berdasarkan pengertian diatas, kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan tertulis yang akan dijawab oleh responden.

1) Tujuan Kuesioner

Kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai dengan keadaan sebenarnya sehingga dapat dijadikan acuan dalam sebuah penelitian.

2) Populasi dan Sampel

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.236), Populasi adalah sekelompok orang, kegiatan, atau suatu objek yang dijadikan target untuk diteliti. Populasi merupakan sekelompok orang, peristiwa atau hal menarik yang peneliti ingin buat kesimpulan. Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Provinsi Banten.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.237), Sampel adalah:

“A sample is a subset of the population.”

Berdasarkan pengertian diatas, sampel adalah sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan

adalah masyarakat yang berada di sekitar Kabupaten Tangerang dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *convenience sampling* dimana sampel dipilih secara acak.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.247), *nonprobability sampling* digunakan dalam pemilihan sampel saat jumlah elemen dalam populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga kesempatan setiap sampel dalam populasi untuk dipilih tidak sama, dan menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.247), *convenience sampling* dilakukan dengan pemilihan sampel secara bebas dalam mengambil sampel suatu populasi dan merupakan cara terbaik untuk mendapatkan informasi secara efisien dan cepat.

3) Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.220), Validitas adalah:

“Validity is a test of how well an instrument that is developed measures the particular concept it is intended to measure.”

Berdasarkan pengertian diatas, validitas adalah suatu ujian untuk mengukur seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan bisa digunakan untuk mengukur suatu konsep.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.223), Reabilitas adalah:

“The reliability of a measure indicates the extent to which it is without bias (error free) and hence ensures consistent measurement across time and across the various items in the instrument.”

Berdasarkan pengertian diatas, reabilitas adalah suatu ujian untuk mengukur instrumen pertanyaan bebas dari kesalahan dan memastikan alat yang digunakan konsisten setiap saat dan diberbagai item dalam instrumen.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.127), Observasi adalah:

“Observation concerns the planned watching, recording, analysis, and interpretation of behavior, actions, or events.”

Berdasarkan pengertian diatas, observasi adalah kegiatan meneliti, merekam, menganalisa dan menginterpretasikan suatu perilaku, kegiatan atau acara. Dalam penelitian ini, observasi akan dilakukan dengan observasi tidak terkontrol dimana observasi dilakukan dengan tidak mengontrol, memanipulasi, atau mempengaruhi situasi sesungguhnya.

2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal.37), Data sekunder adalah:

“Secondary data are data that have been collected by others for another purpose.”

Menurut pengertian diatas, data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti lain untuk kebutuhan lain. Dalam penelitian ini data sekunder yang akan digunakan berasal dari

Badan Pusat Statistik, buku referensi, *website*, dan sumber lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian.

a. Jenis dan Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang didapat berupa angka. Sumber data primer peneliti merupakan hasil kuesioner yang akan disebarakan kepada beberapa responden, sementara sumber data sekunder didapat melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku referensi, dan beberapa sumber lainnya yang diperlukan.

b. Cara Pengumpulan Data Primer dan Sekunder

Pengumpulan data primer pada penelitian ini menggunakan metode nonprobability sampling yaitu convenience sampling dimana sampel dipilih secara acak.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Definisi *Ghost Kitchen*

Dilansir dari (Reiley, 2020), *ghost kitchen* merupakan dapur tanpa ruang makan dan konsep ini dibentuk untuk pemesanan *delivery* saja sehingga banyak *ghost kitchen* tidak memiliki gedung khusus sehingga pelanggan tidak dapat makan di tempat. *Ghost kitchen* merupakan bisnis yang mengandalkan teknologi digital, pemesanan makanan dilakukan melalui aplikasi dan pelanggan hanya perlu menunggu makanan tersebut datang. Konsep *ghost kitchen* dapat mengurangi biaya operasional karena tidak harus menyediakan tempat makan untuk

pelanggan, lokasi restoran yang tidak harus di tempat ramai, dan mengeluarkan biaya tambahan ketika restoran ingin mengganti menu.

Lokasi dari *ghost kitchen* dapat merupakan sebuah gudang berisi sebuah dapur yang disewakan kepada beberapa restoran atau bagian dari suatu restoran yang dikhususkan hanya untuk *delivery*. Sebuah *ghost kitchen* juga dapat berlokasi di dalam suatu restoran, dimana sebagian dari dapurnya dikhususkan untuk restoran khusus *delivery*. *Ghost kitchen* di dalam suatu restoran biasanya memiliki menu yang berbeda dengan restoran tersebut dan digunakan oleh pemilik restoran sebagai penghasilan tambahan. Pengantaran makanan biasanya dilakukan oleh pihak ketiga.

2. Sejarah *Ghost Kitchen*

Dilansir dari (Garrett, 2020), konsep *ghost kitchen* pertama kali dicetuskan oleh Diego Berdakin pada tahun 2015. Berdakin membeli sebuah gudang dan kemudian dirombak menjadi 27 ruang dapur yang setiap dapurnya memiliki luas sebesar 18,5m². Gudang ini terletak tepat di depan kuburan sehingga tidak menarik untuk dijadikan sebagai restoran pada umumnya, namun gudang ini akhirnya menarik perhatian dari CloudKitchens. CloudKitchens mengembangkan gudang yang berisi 27 dapur ini dengan menyewakannya kepada beberapa restoran.

Pada tahun 2018, firma riset keuangan UBS memproyeksikan bahwa pasar pengiriman makanan secara global akan bertumbuh sebesar 13,5% setiap tahunnya di masa yang akan datang. Sementara, industri restoran secara keseluruhan hanya bertumbuh sebesar 3% dan hal ini

dikatakan sebelum terjadinya pandemi *covid-19*. Konsep *ghost kitchen* semakin berkembang pada tahun 2020 setelah terjadinya pandemi *covid-19*, dimana banyak restoran yang ditutup untuk makan di tempat. Permintaan untuk *delivery* makanan meningkat secara signifikan, bahkan penjualan meningkat sebesar 174% dari tahun lalu.

3. Klasifikasi *Ghost Kitchen*

Dilansir dari (Spacenow, 2020), *ghost kitchen* bisa diklasifikasikan menjadi 4 kategori, yaitu :

a. *The dedicated ghost kitchen*

Merupakan *ghost kitchen* yang masih tradisional, dimana hanya ada 1 restoran dengan ruang untuk memasak yang dimiliki secara pribadi atau disewa. Makanan yang dipesan hanya bisa di bawa pulang dan tidak bisa makan di tempat. Restoran ini hanya menyediakan 1 jenis makanan dan mengandalkan aplikasi pesan antar untuk mengatur pesananan dan pengantaran ke lokasi tujuan.

b. *The shared ghost kitchen*

Merupakan tipe *ghost kitchen* yang tersedia untuk beberapa restoran. Model bisnis ini akan mengurangi biaya operasional dan menawarkan biaya sewa yang lebih murah. Restoran yang beroperasi bisa dimiliki oleh satu orang dengan berbagai *brand* yang berbeda, atau bekerja sama dengan bisnis lainnya dan setiap restoran memiliki identitasnya masing-masing.

c. *The takeaway ghost kitchen*

Model bisnis ini mengikuti pengaturan yang hampir parallel dengan *dedicated ghost kitchen*. Perbedaannya, metode operasional ini juga berinteraksi tatap muka dengan pelanggan untuk mengambil pesanan langsung ke restoran. Pelanggan bisa berinteraksi secara langsung dengan karyawan dan melihat proses pembuatan makanan, tetapi tidak ada pilihan makan di tempat. *Ghost kitchen* dengan model ini membutuhkan desain dan dekorasi yang lebih memfasilitasi pelanggan.

d. *Delivery channel-owned ghost kitchen*

Model bisnis ini adalah bisnis yang menyediakan ruang dapur kosong untuk disewakan ke beberapa restoran dan menawarkan jasa untuk menangani pesanan, menu, dan promosi. Restoran hanya perlu fokus untuk menyediakan makanan saja.

4. Definisi Makanan Penutup

Menurut (Migoya, 2012, hal.2), kata *dessert* berasal dari kata *desservir*, sebuah istilah dari bahasa Prancis yang memiliki arti membersihkan yang sudah disajikan. Pada dasarnya *dessert* ditawarkan kepada tamu setelah semua yang ada di atas meja telah dibersihkan. Setelah semua makanan pembuka, makanan utama sudah dibersihkan, peralatan makan dan gelas sudah dibersihkan dari meja, saat itulah *dessert* disajikan.

Dessert semakin berkembang oleh waktu dan saat ini *dessert* sudah berkembang menjadi lebih kompleks dan beragam. *Dessert* umumnya

dikenal sebagai makanan penutup yaitu hidangan terakhir, tetapi bisa dikategorikan menjadi sesuatu yang lebih dari yang bisa dinikmati setelah makanan utama.

5. Klasifikasi Makanan Penutup

Menurut (Gisslen, 2017, hal.279), terdapat beberapa jenis *dessert* yaitu:

a. *Pies*

Kue *pie* terbuat dari adonan *pie* tipis yang diberi isian lalu dipanggang. Kue *pie* identik dengan bentuknya yang bulat dan permukaan kulit yang lembut serta permukaan atas yang garing. Isian dari *pie* sendiri bermacam-macam, ada yang berisi buah, *cream*, atau *custard*. Contoh : *apple pie*.

b. *Pastries*

Kata *pastry* berasal dari kata *paste* yang berarti campuran dari tepung, lemak, dan cairan. Adonan *pastry* bisa dibuat menjadi beberapa *pastry* yang berbeda. Ada beberapa *pastry* yang penting yaitu *pie doughs*, *short dough*, *puff pasry*, *yeast-raised pastry*, dan *éclair paste*. Contoh : *napoleon pastry*.

c. *Tarts*

Kue *tart* memiliki bentuk yang mirip dengan *pie* namun tidak memiliki permukaan kulit atas. *Tart* memiliki ketebalan yang lebih tipis dibandingkan dengan *pie*. Penampilan dari *tart* beragam, tergantung dengan tataan buah diatasnya. *Tarts* juga memiliki versi kecil atau porsi individunya yaitu *tartlets*. Contoh : *fruit tart*.

d. *Cakes*

Dari jenis-jenis *dessert* diatas, *cake* merupakan salah satu yang memiliki rasa paling kaya dan manis. Fokus utama dalam pembuatan kue adalah kadar lemak dan gula yang tinggi. Pada umumnya kue berbentuk kotak atau bulat. Contoh : *carrot cake*.

e. *Cookies*

Cookies memiliki arti versi kecil dari sebuah *cake*, namun yang membuatnya berbeda adalah adonan *cookies* yang sedikit lebih kering dibandingkan dengan adonan *cake*. Faktor yang paling membedakan *cookies* dan *cake* adalah bentuknya, dimana *cookies* biasanya dibentuk secara individu. Contoh : *chocolate cookies*.

f. *Custards, Puddings, Mousses, dan Souffles*

Merupakan tipe *dessert* yang tidak dipanggang seperti *dessert* pada umumnya. *Dessert* ini biasanya disajikan didalam *cup* karena teksturnya yang basah dan tidak padat. Contoh : *vanilla souffle*.

g. *Frozen Dessert*

Frozen dessert adalah jenis *dessert* yang sebelumnya dimasukkan kedalam *freezer* dan disajikan dingin. Ada 2 jenis *frozen dessert* yaitu *churn-frozen dessert* (*ice cream* dan *sherbet*) dan *still-frozen dessert* (*parfaits, bombes, frozen souffles, dan frozen mousse*).

6. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Koka Dessert Box merupakan restoran dengan konsep *ghost kitchen*, dimana pelanggan dapat memesan makanan melalui *delivery* menggunakan aplikasi dari pihak ketiga seperti *Go-Food* dan *Grab-Food*. *Koka Dessert Box* merupakan *ghost kitchen* yang memiliki toko depan sehingga pelanggan bisa datang untuk melakukan *takeaway* makanan. Untuk pemesanan *takeaway*, pelanggan akan melakukan pemesanan dan pembayaran secara mandiri menggunakan mesin yang disediakan. *Koka Dessert Box* akan memiliki *open kitchen* sehingga pelanggan yang melakukan pemesanan *takeaway* dapat melihat langsung proses pembuatan makanan. *Koka Dessert Box* berlokasi di ruko The South Goldfinch SGA-09 yang terletak di Gading Serpong, semua pesanan akan diantar atau diambil dari tempat ini. *Koka Dessert Box* memiliki menu utama yaitu *Indonesian dessert box* yang terinspirasi dari jajanan pasar dan bahan baku yang mudah dijumpai di Indonesia. *Dessert box* ini memiliki 3 lapisan utama yang menjadi ciri khasnya. Lapisan pertama adalah kue basah sebagai dasarnya dengan tekstur yang lembut dan padat. Lapisan kedua adalah adonan lembut berupa *cream* atau *mousse*. Lapisan terakhir adalah *topping* yang memberi kesan utama kepada setiap *dessert box*. *Koka Dessert Box* memiliki 5 varian rasa yaitu klepon, nastar, es teler, kolak pisang, dan es kopyor. Sebagai pendamping *dessert box*, *Koka Dessert Box* akan menjual paket dengan *ice lemon tea* atau *ice lemongrass tea*. Selain *ice lemon tea* dan *ice lemongrass tea*, *Koka Dessert Box* menyediakan

varian jamu. Terdapat 2 pilihan jamu utama yaitu jamu tradisional Indonesia dan jamu *fusion* yang memiliki banyak manfaat bagi tubuh dan memberikan kesegaran. Jamu tradisional yang akan disajikan merupakan jamu yang mudah dinikmati oleh pelanggan seperti kunyit asam, beras kencur, dan wedang jahe. Sementara, jamu *fusion* merupakan minuman jamu dengan perpaduan rasa tradisional dan modern, dimana jamu akan dicampurkan dengan minuman lain. Jamu *fusion* yang akan disajikan oleh *Koka Dessert Box* adalah jamu mojito, sour fizz, zinger, dan orangester.

