

BAB I

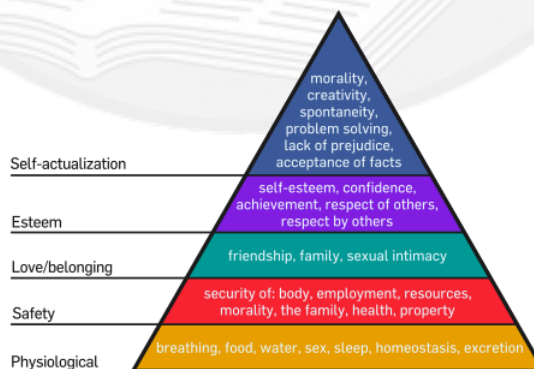
PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. Sektor pariwisata memiliki beberapa komponen, seperti: transportasi, penginapan, fasilitas, usaha perjalanan, restoran dan lain sebagainya.

Menurut (Utamaningsih et al., 2019), berdasarkan teori Abraham Maslow, terdapat hierarki/tangga kebutuhan manusia yang digambarkan dalam piramida pada Gambar 1, kebutuhan manusia terdiri dari lima tingkatan dan dipenuhi mulai dari yang paling dasar, jika yang paling dasar terpenuhi, maka manusia akan memenuhi kebutuhan selanjutnya secara bertahap sesuai dengan piramida.

GAMBAR 1
Hierarki Kebutuhan Manusia Menurut Maslow



Sumber: Utamaningsih et al., (2019)

Kebutuhan manusia yang paling dasar adalah kebutuhan fisiologis yang terdiri dari: istirahat, pakaian, makanan dan minuman. Manusia tidak dapat bertahan hidup jika tidak terpenuhinya kebutuhan dasar tersebut (kebutuhan fisiologis).

TABEL 1
Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan
Menurut Kelompok Komoditas di Kabupaten Tangerang Tahun 2018-2019

Kelompok Komoditas	2018		2019	
Makanan	693.653	50,82%	705.549	51,88%
Bukan Makanan	619.048	49,18%	654.344	48,12%
Total	1.258.701	100,00%	1.359.893	100,00%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2020)

Berdasarkan tabel 1, rata-rata pengeluaran masyarakat Kabupaten Tangerang pada tahun 2018 dan 2019 untuk makanan lebih besar dibanding yang bukan makanan. Pada tahun 2018 pengeluaran masyarakat Kabupaten Tangerang untuk makanan sebesar Rp 693.653 dengan persentase sebesar 50,82% dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi Rp 705.529 dengan persentase sebesar 51,88%.

TABEL 2
Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan
Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Tangerang Tahun 2016-2019

No	Lapangan Usaha	2016	2017	2018	2019
1	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	5,99%	5,28%	3,81%	2,93%
2	Pertambangan dan Penggalian	2,27%	2,28%	5,30%	2,87%
3	Industri Pengolahan	2,92%	3,47%	2,98%	3,54%
4	Pengadaan Listrik dan Gas	(11,24%)	(7,79%)	4,73%	(0,71%)
5	Pengadaan Air	7,38%	8,13%	6,43%	6,90%
6	Konstruksi	7,58%	9,72%	8,51%	8,89%
7	Perdagangan Besar dan Eceran	4,01%	6,59%	7,72%	7,55%
8	Transportasi dan Pergudangan	8,71%	8,56%	9,33%	8,86%
9	Penyediaan Akomodasi dan makan minum	7,66%	8,39%	8,71%	9,22%

TABEL 2

Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha Kabupaten Tangerang Tahun 2016-2019 (Lanjutan)

No.	Lapangan Usaha	2016	2017	2018	2019
10	Informasi dan Komunikasi	8,62%	8,11%	7,88%	9,19%
11	Jasa Keuangan dan Asuransi	17,32%	5,31%	7,63%	1,01%
12	Real Estate	8,89%	9,93%	9,95%	9,98%
13	Jasa Perusahaan	6,93%	7,72%	6,44%	8,30%
14	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	9,10%	6,43%	6,75%	8,05%
15	Jasa Pendidikan	8,19%	7,48%	8,29%	8,49%
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	8,58%	9,71%	9,97%	9,95%
17	Jasa Lainnya	7,12%	8,65%	9,87%	8,85%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2020)

Berdasarkan Tabel 2, persentase pertumbuhan produk domestik bruto atas harga konstan menurut lapangan usaha penyediaan makanan dan minuman meningkat dari tahun 2016 hingga 2019. Pada tahun 2016 sebesar 7,66%, pada tahun 2017 sebesar 8,39%, pada tahun 2018 sebesar 8,71% dan pada tahun 2019 sebesar 9,22%. Data tersebut menunjukkan adanya tren dan perkembangan yang positif dalam lapangan usaha penyediaan akomodasi, makanan dan minuman.

TABEL 3

Tingkat Partisipasi Konsumsi Menurut Makanan dan Minuman Jadi Maret 2020

Jenis Makanan	%
Roti Tawar	15,06
Roti Lainnya	63,33
Kue Kering/biskuit/semprong	45,79
Kue Basah	60,74
Makanan Gorengan	81,49
Bubur Kacang Hijau	21,36
Gado-gado/Ketoprak/Pecel	32,70
Nasi Campur	48,53
Nasi Goreng	30,27
Nasi Putih	20,74
Lontong/Ketupat sayur	26,64
Soto/Gule/Sop	28,41

TABEL 3
Tingkat Partisipasi Konsumsi Menurut Makanan dan Minuman Jadi
Maret 2020 (Lanjutan)

Jenis Makanan	%
Sayur Matang	28,61
Sate/Tongseng	16,10
Mie Bakso/Rebus/Goreng	65,37
Mie Instant	13,79
Makanan Ringan Anak-anak	62,20
Ikan Goreng/Bakar	16,52
Ayam/Daging (Bakar,Goreng)	27,27
Makanan Jadi Lainnya	32,20
Air Kemasan	27,37
Air Kemasan Galon	41,62
Air Teh Kemasan	24,24
Sari Buah Kemasan	21,04
Minuman Jadi	56,95
Es Krim	28,39
Es Lainnya	36,46
Minuman Keras	1,08
Total	99,23

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan Tabel 3, tingkat partisipasi konsumsi masyarakat Indonesia untuk makanan dan minuman jadi sebesar 99,23%, konsumsi makanan kue kering/biskuit/semprong memiliki persentase yang cukup tinggi yaitu sebesar 45,79% dan kue basah memiliki persentase sebesar 60,74%. Oleh karena itu, adanya permintaan masyarakat Indonesia untuk kue kering/biskuit/semprong dan kue basah.

TABEL 4
Laju Pertumbuhan Penduduk di Provinsi Banten
Tahun 2010-2019

Kabupaten/Kota	2010-2019 (%)
Kab Pandeglang	0,54
Kab Lebak	0,83
Kab Tangerang	3,24
Kab Serang	0,76
Kota Tangerang	2,35
Kota Cilegon	1,68
Kota Serang	1,91
Kota Tangerang Selatan	3,36
Provinsi Banten	2,14

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Berdasarkan Tabel 4, Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Banten mengalami pertumbuhan penduduk setiap tahunnya dari tahun 2010 hingga tahun 2019, termasuk Kabupaten Tangerang yang mengalami pertumbuhan penduduk 3,24% setiap tahunnya dari tahun 2010 hingga 2019. Dapat dilihat dari data diatas, pertumbuhan penduduk yang terus meningkat akan berpengaruh terhadap minat pelanggan. Oleh karena itu, Kabupaten Tangerang khususnya Gading Serpong menjadi pilihan yang tepat untuk bisnis Sugar Spices Cafe.

Gading Serpong merupakan salah satu wilayah Kabupaten Tangerang, Kecamatan Kelapa Dua yang berada di dekat kawasan pengembangan , seperti: BSD City, Lippo Karawaci, Summarecon dan Alam Sutera. Gading Serpong adalah daerah yang berada dilokasi strategis dan berada di daerah yang berkembang dikarenakan adanya fasilitas pendukung, sebagai berikut: perguruan tinggi, pusat perbelanjaan, pertokoan dan penginapan serta akses jalan tol, sehingga Gading Serpong memiliki potensi yang cukup baik untuk membangun sebuah usaha di daerah tersebut (Putri, 2018).

Studi menurut (Wachyuni et al., 2020), hidangan penutup atau *dessert* memiliki peranan yang sangat penting dalam menu makanan yang dimiliki oleh *cafe* dan restoran, seiring berkembangnya jaman, *dessert* tidak hanya dijadikan sebagai menu pelengkap yang hanya disajikan pada saat makan malam saja, tetapi bahkan menjadi menu utama dalam sebuah *cafe* atau restoran yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja.

Berdasarkan data-data yang telah terkumpul, bisnis yang ingin dijalankan oleh penulis adalah bisnis *dessert* cafe yang bernama Sugar Spices Cafe yang memiliki keunikan tersendiri, yaitu: menjual makanan penutup yang dipadukan dengan rempah-rempah. Negara Indonesia sejak dahulu adalah negara yang dikenal sebagai negara penghasil rempah, yang dapat ditemui di berbagai wilayah Nusantara, seperti: lada, pala, jinten, kayu manis, ketumbar, cengkih, kunyit, jahe kencur, temu kunci, serai, cabai, dan lain sebagainya (Robi et al., 2019), dan rempah-rempah itu sendiri memiliki aroma dan rasa yang khas dan memiliki manfaat bagi kesehatan, seperti mencegah penyakit, pengobatan dan sebagainya. Berdasarkan koran Kontan, (Kontan, 25 Juni 2020) ekspor rempah pada tahun 2020 mengalami peningkatan dibanding tahun 2019 dan rempah yang paling banyak diekspor adalah lada, pala, cengkih dan kayu manis. Selain itu, studi menurut (Permatasari et al., 2020), terdapat rempah seperti jahe dan kunyit yang dapat dipadukan dengan makanan penutup sehingga dapat dijadikan sebagai alternatif kuliner yang sehat dan memiliki peluang dengan cita rasa yang unik.

Berdasarkan buku resep (Seneviratne, 2015), terdapat resep-resep mengenai perpaduan antara *dessert* dengan rempah-rempah, seperti: *blackpepper*, *dark chocolate and sour cherry bread*, *cinnamon toast bread pudding*, *big chewy apricot and ginger cookies* dan *spiced coffee custard cookies*. Hal ini menandakan rempah-rempah tersebut berpotensi untuk dipadukan dengan makanan penutup.

Oleh karena itu, penulis ingin menjalankan bisnis Sugar Spices Cafe yang menjual makanan penutup manis dengan penggunaan rempah-rempah tersebut

untuk menciptakan suatu variasi yang baru dari makanan penutup manis tetapi Sugar Spices Cafe juga menyediakan makanan penutup manis tanpa rempah bagi yang tidak menyukai rempah. Sugar Spices Cafe yang berlokasi di Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten dan akan beradaptasi dengan kondisi masa kini sehingga Sugar Spices Cafe tidak hanya menyediakan *dine-in* tetapi juga menyediakan layanan *take away* serta bekerja sama dengan aplikasi jasa *online* untuk menarik konsumen sebanyak mungkin.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan Sugar Spices Cafe sangatlah penting untuk mengetahui dan mempelajari bisnis tersebut. Bisnis Sugar Spices Cafe memiliki tujuan yang terdiri dari tujuan utama (*Major Objectives*) dan sub tujuan (*Minor Objectives*).

Berikut merupakan tujuan utama (*Major Objectives*) dari Sugar Spices Cafe:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menganalisis permintaan dan penawaran, menentukan segmentasi, target dan posisi bisnis dalam pasar, bauran pemasaran (produk, harga, promosi, distribusi), ekonomi, sosial, hukum, lingkungan hidup dan teknologi dari Sugar Spices Cafe.

2. Aspek Operasional

Aspek operasional bertujuan untuk menganalisis jenis aktivitas dan kebutuhan fasilitas, kebutuhan peralatan, teknologi yang digunakan Sugar Spices Cafe

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Aspek organisasi dan sumber daya manusia bertujuan untuk menganalisis struktur organisasi, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dan aspek legal dari Sugar Spices Cafe

4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan bertujuan untuk menganalisis dengan sumber dana yang dibutuhkan, biaya operasional, laporan laba rugi, arus kas, analisis *break event point*, dan manajemen risiko dari Sugar Spices Cafe.

Berikut merupakan sub tujuan (*Minor Objectives*) dari Sugar Spices Cafe:

1. Menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran masyarakat sekitar.
2. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman
3. Menciptakan suatu variasi yang baru dari *dessert* dan memberikan pengalaman mengonsumsi *dessert* dengan penggunaan rempah.

C. Metodologi

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis ini, Sugar Spices Cafe membutuhkan data yang mendukung dalam menentukan layak atau tidaknya bisnis ini untuk dijalankan. Adapun teknik pengumpulan data dalam studi kelayakan bisnis berdasarkan jenis data:

1. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 38), data primer adalah data informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti untuk tujuan

penelitian. Pengumpulan data primer dapat diperoleh dengan beberapa cara, yaitu:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 142) kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang digabungkan menjadi satu kesatuan dan diberikan kepada responden agar responden dapat memberikan jawaban melalui kuesioner tersebut dengan tujuan untuk memperoleh informasi. Pengumpulan kuesioner terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) *Personally administered questionnaires* adalah penyebaran kuesioner yang dilakukan secara langsung oleh peneliti dan pengumpulan kuesionernya relatif singkat.
- 2) *Mail and electronic questionnaires* adalah penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui perantara yaitu elektronik seperti *email* dan lain sebagainya, dan mencakup wilayah yang luas serta responden dapat mengisi kuesioner tersebut dimana dan kapan saja.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 236), populasi merupakan seluruh kelompok orang, kejadian atau hal yang menarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Target populasi Sugar Spices Cafe adalah remaja hingga dewasa dengan status sosial menengah hingga menengah keatas.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 240), setiap elemen dalam populasi dapat dijadikan sebagai dasar dalam menentukan sampel.

Terdapat dua jenis pengambilan sampel, yaitu:

- 1) *Probability sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 242), *probability sampling* adalah jenis pengambilan sampel dimana elemen dalam suatu populasi sudah pasti dan mempunyai kesempatan untuk ditunjuk sebagai sampel. Terdapat beberapa metode dalam *probability sampling*, yaitu:

a) *Simple random sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 242), *simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana seluruh elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama dan adanya kesetaraan yang sama antar anggota sampel.

b) *Systematic sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 243), *systematic sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan cara menentukan elemen pertama dari populasi secara acak antara 1 dan n . Elemen berikutnya disesuaikan dengan jenjang interval yang telah ditetapkan.

c) *Stratified random sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 244), *stratified random sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan mengidentifikasi populasi kedalam kelompok yang memiliki tingkatan yang berbeda-beda.

d) *Cluster sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 246), *cluster sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan membagi populasi

menjadi beberapa kelompok sampel dengan karakteristik yang sama.

2) *Non-probability sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 247), *non-probability sampling* adalah jenis pengambilan sampel dengan elemen dalam populasi tidak memiliki kemungkinan-kemungkinan yang ada atau bisa dikatakan diambil secara acak. Terdapat beberapa metode dalam *non-probability sampling*, yaitu:

a) *Convenience sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 247), *convenience sampling* adalah metode pemilihan sampel dengan bebas dalam suatu populasi dan memiliki keuntungan, yaitu: data yang diperoleh cepat dan mudah.

b) *Purposive sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 248), *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan dan disesuaikan dengan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Jenis kuesioner yang akan digunakan oleh Sugar Spices Café adalah *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel dengan *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 264), pengukuran sampel adalah:

“In multivariate research (including multiple regression analyses), the sample size should be several times (preferably ten times or more) as large as the number of variables in the study”.

Berdasarkan pengertian diatas, aturan pengukuran sampel yang *valid* dan *reliabel* adalah jumlah indikator pertanyaan dikalikan sepuluh untuk hasil yang akurat. Jadi, jika jumlah pertanyaan sebanyak 33 indikator pertanyaan, maka responden yang dibutuhkan sebanyak 330 responden.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 127), observasi adalah proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menganalisis, merekam, dan menginterpretasikan suatu tindakan atau perilaku. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai lingkungan sekitar lokasi Sugar Spices Cafe.

2. Data Skunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 37), data sekunder adalah data yang telah tersedia sehingga peneliti hanya mencari dan mengumpulkan. Data skunder yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Sugar Spices Cafe adalah dari Badan Pusat Statistik (BPS), *website resmi*, buku referensi, jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang mendukung.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 220), uji validitas adalah suatu pengukuran untuk mengukur data yang diperoleh dapat digunakan dan sesuai dengan batas standar yang ada.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 223), uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang mengidentifikasi tidak ada bias dan memastikan alat pengukuran konsisten berdasarkan waktu dan instrumen.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Menurut (Walker, 2017, hal. 399), pariwisata adalah:

Tourism is a dynamic, evolving, consumer-driven force and is the world's largest industry, or collection of industries, when all its interrelated components are placed under one umbrella: tourism and travel; lodging; conventions, expositions, meetings, and events; restaurants and managed services; assembly, destination, and event management; and recreation. Tourism plays a foundational role in framing the various services that hospitality companies perform.

Menurut (Cook et al., 2017, hal. 5), pariwisata adalah:

“the temporary movement of people to destinations outside their normal places of work and residence, the activities undertaken during their stay in those destinations, and the facilities created to cater to their needs”.

Berdasarkan pengertian di atas, pariwisata adalah kegiatan perpindahan sementara yang dilakukan orang ke suatu destinasi, dari luar tempat ia biasa bekerja dan tinggal, aktivitas yang dilakukan di tempat destinasi tersebut dan terdapat fasilitas untuk memenuhi kebutuhannya. Pariwisata adalah industri terbesar di dunia yang bersifat dinamis, terus berkembang dan didorong oleh konsumen. Pariwisata terdiri dari bermacam-macam komponen yang diperlukan wisatawan seperti perjalanan pariwisata dan penginapan; konvensi, pameran, pertemuan dan acara; restoran dan pelayanan; rekreasi; dan manajemen acara. Berdasarkan teori di atas, restoran dan pelayanan merupakan komponen dalam pariwisata.

2. Jenis-Jenis Organisasi di dalam Industri Pariwisata dan Perhotelan

(Morrison, 2010, hal. 323–344), mengidentifikasi dan menjelaskan empat kelompok organisasi di industri pariwisata dan perhotelan berdasarkan fungsinya:

a. *Suppliers*

Kelompok yang menyediakan layanan sehingga suatu produk dapat dibeli secara langsung oleh pelanggan dan *travel trade intermediaries*. seperti restoran dan layanan makanan; akomodasi; jalur pelayaran; penyewaan mobil; atraksi dan acara; dan kasino dan permainan.

b. *Carrier Sectors*

Kelompok yang menyediakan transportasi dari asal konsumen ke tempat destinasi seperti maskapai penerbangan, kereta api, bus, motor dan kanal.

c. *Travel Trade Intermediary Sectors*

Perantara produk jasa dari *suppliers* dan *carrier sectors* ke wisatawan, seperti agen perjalanan, *tour operator*, perencanaan konvensi/rapat dan perusahaan perjalanan online.

d. *Destination Marketing Organization Sectors (DMOs)*

DMOs mempromosikan negara, kota atau daerahnya ke perantara *travel trade intermediary* dan wisatawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa restoran dan pelayanan makanan adalah bagian dari *suppliers*.

3. Restoran

Menurut (Walker, 2017, hal. 268), restoran adalah:

Restaurant are a vital part of our everyday lifestyles; this is because we're a society on the go, we patronize them several times a week to socialize, as well as eat and drink. Restaurants offer a place to relax and enjoy the company of many people, such as family, friends, colleagues, and business associates, to restore our energy level before heading off to the next class or engagement.

Berdasarkan pengertian diatas, restoran adalah suatu hal penting yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari dan menjadi gaya hidup. Restoran juga menyediakan tempat yang nyaman dan santai untuk dinikmati bersama keluarga, teman, rekan kerja dan sebagainya.

4. Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker, 2017, hal. 283-295), berikut klasifikasi restoran, yaitu:

a. *Independent Restaurant*

Jenis restoran yang dimiliki oleh satu atau dua orang pemilik dan pemilik tersebut ikut terlibat dalam kegiatan operasional restoran. Menu dan konsep dari restoran itu sendiri dibuat fleksibel sesuai dengan pemilik.

b. *Chain Restaurant*

Chain restaurant adalah sebuah kelompok restoran yang memiliki konsep, desain, pasar, layanan dan makanan yang sama di setiap lokasinya dan memiliki keuntungan tersendiri, karena telah dikenal baik di pasar dan memiliki sistem yang baik. Contoh: Bakmi GM.

c. *Fine Dining Restaurant*

Fine dining restaurant adalah restoran yang menyediakan makanan, minuman dan layanan yang terkesan mewah dan berkelas. Contoh: Amuz Gourmet Restaurant

d. *Celebrity Restaurant*

Celebrity-owned restaurant adalah restoran yang dimiliki oleh publik figur dan biasanya populer seiring dengan popularitas publik figur tersebut. Contoh: I am Geprek Benu – milik Ruben Onsu

e. *Steak Houses*

Steak houses adalah restoran yang menyediakan pilihan menu makanan yang terbatas yaitu *steak*, tetapi biasanya restoran menambahkan variasi tambahan terhadap *steak* seperti daging ayam dan ikan. Contoh: Abuba Steak

f. *Casual Dining*

Casual dining adalah restoran yang bersifat santai dan nyaman, restoran jenis ini menjadi tren di masyarakat. Contoh: Gyu – kaku Japanese

g. *Family Restaurant*

Family restaurant adalah restoran yang mempunyai menu dan layanan yang sederhana serta suasana yang tidak formal dan ditujukan untuk keluarga atau rombongan. Contoh: Bandar Djakarta

h. *Ethnic Restaurant*

Ethnic restaurant adalah restoran yang menyediakan menu makanan dari suatu wilayah atau daerah tertentu, tidak hanya makanan, tetapi dekorasi dan layanannya juga disesuaikan. Contoh: Chuan Tin.

i. *Theme Restaurant*

Theme restaurant adalah restoran bertema tertentu yang menawarkan suasana yang unik dan berbeda kepada pelanggan dengan tujuan membuat pelanggan terpujuk. Contoh: Take a Bite – Harry Potter.

j. *Quick-Service/Fast-Food Restaurants*

Quick-service adalah restoran cepat saji dan disajikan dalam waktu yang singkat serta memiliki menu yang terbatas dengan harga yang terjangkau. Contoh: McDonald's.

k. *Sandwich Restaurant*

Sandwich restaurant adalah restoran yang menyediakan menu makanan yang simple yaitu berupa *sandwich* dan minuman. Contoh: Subway

l. *Bakery Cafe*

Bakery cafe adalah restoran yang menyediakan roti dan sandwich dan makanan penutup lainnya serta minuman seperti teh dan kopi. Contoh:

Tous le Jours, Auntie Anne's

m. *Cafe*

Menurut (Putra et al., 2019), *Cafe* adalah tempat untuk bersantai sambil menikmati makanan dan minum yang bersifat tidak terlalu berat seperti kue, roti dan minuman.

5. Klasifikasi Layanan

Menurut (Cousins et al., 2014, hal. 17-20), terdapat beberapa jenis layanan di restoran, yaitu:

a. *Table Service*

Table service adalah jenis layanan dengan cara melayani pelanggan di atas meja dan pesanan pelanggan di antarkan ke meja oleh pelayan, dan terdiri dari:

1) *American Service (Plate Service)*

Makanan yang sudah di tata di atas piring di dalam dapur, akan dibawa oleh pelayan untuk disajikan kepada pelanggan

menggunakan *tray*. Jenis layanan ini lebih cepat, praktis dan sederhana. Contoh : Seribu Rasa

2) *English Service (Silver Service)*

Jenis layanan dimana pelayan menunggu untuk melayani dan memberikan makanan ke piring pelanggan menggunakan sendok dan garpu. Contoh: memberikan roti kepada pelanggan.

3) *French service (Butler Service)*

Layanan dengan memasak makanan di depan pelanggan menggunakan *trolley* masak atau yang disebut *gueridon* dan di setiap meja, memerlukan satu pelayan untuk memasak dan satu pelayan untuk menghidangkan.

4) *Family service*

Layanan ini sering dijumpai di restoran keluarga, dengan jenis makanan dalam porsi besar sesuai dengan jumlah pelanggan dalam satu meja, kemudian makanan akan di *sharing*. Contoh: May Star.

5) *Bar Counter*

Jenis layanan ini, dimana tamu duduk di *bar counter* dan biasanya dapat ditemukan di restoran sushi. Contoh: Sushi Tei

b. *Assisted Service*

Assisted service adalah pelanggan dilayani dengan sebagian di meja (*table service*) dan Sebagian *self-service*, seperti: *breakfast* di hotel.

c. *Self-service*

Self-service adalah jenis layanan yang tidak membutuhkan pelayan dikarenakan pelanggan mengambil makanan dan minuman sendiri di

counter yang telah disediakan, yang biasanya ditemukan di restoran dan *cafe*. Contoh: Ikea, Alam Sutera.

d. *Single Point Service*

Single point service adalah pelanggan langsung memesan dan membayar di *counter* dan menerima makanan dan minuman secara langsung atau dapat dibawa oleh pelayan. Berikut kategori *single point service*:

1) *Take Away Service*

Jenis layanan ini, biasanya tidak tersedia meja tetapi hanya ada kursi untuk para pelanggan menunggu pesannya selesai dan membawa pulang makanannya. Contoh: Pizza Hut Delivery

2) *Drive-Thru*

Jenis layanan ini, biasanya pelanggan memesan, membayar, dan menerima makanan di dalam kendaraan. Contoh: McDonald's Drive-Thru

3) *Fast Food*

Fast food adalah jenis layanan dimana tamu menerima makanan dengan cara memberikan kupon atau uang dan biasanya jenis restoran ini, memiliki menu yang terbatas dengan layanan yang cepat dan adanya fasilitas *takeaway*. Contoh: KFC

4) *Vending*

Penyediaan makanan dan minuman otomatis melalui sebuah mesin.

5) *Food Court*

Jenis layanan ini adalah para pelanggan dapat memesan berbagai makanan di berbagai *counter* yang ada dan tersedianya area untuk menikmati makanan dan minuman tersebut. Contoh: Makan Sutra.

e. *Specialised Service*

Specialised service adalah makanan dan minuman yang dibawa oleh pelayan kepada pelanggan. Seperti layanan menggunakan *tray* di rumah sakit dan di pesawat, layanan menggunakan troli dan *home delivery*. Contoh: *room service* di hotel.

6. Klasifikasi Menu

Menurut (Walker 2017, hal. 278-279), menu adalah salah satu bagian yang paling penting dalam menentukan keberhasilan suatu restoran. Pembuatan menu harus sesuai dengan konsep yang dimiliki restoran itu sendiri. Terdapat jenis-jenis menu (Walker, 2017, hal. 278-279), yaitu:

a. *A la Carte Menu*

Jenis menu yang menampilkan jenis hidangan dengan harga yang berbeda-beda, oleh karena itu, pelanggan dapat bebas memilih hidangan yang diinginkan sesuai dengan selera masing-masing.

b. *Table d'hote Menu*

Jenis menu yang menawarkan beberapa jenis hidangan yang terdiri dari makanan pembuka, sup, *main course*, *dessert* dan teh atau kopi dengan harga yang sama tanpa memikirkan keinginan tamu.

c. *Du Jour Menu*

Jenis menu yang hidangannya akan berganti setiap hari sesuai dengan sajian yang disajikan restoran.

d. *Tourist Menu*

Jenis menu yang dibuat untuk menarik perhatian para turis untuk datang ke suatu restoran.

e. *California Menu*

Jenis menu ini digunakan di beberapa restoran California, para pelanggan dapat memesan apa saja yang tertera di menu kapan saja.

f. *Cyclical Menu*

Restoran yang menggunakan jenis menu ini akan mengubah atau mengulang menu yang ditawarkan kepada pelanggan dalam periode waktu tertentu.

7. *Dessert*

Dessert atau makanan penutup memiliki peranan yang sangat penting dalam menu makanan yang dimiliki oleh *cafe* dan restoran, seiring berkembangnya jaman, *dessert* tidak hanya dijadikan sebagai menu pelengkap yang hanya disajikan pada saat makan malam saja, tetapi bahkan menjadi menu utama dalam sebuah *cafe* atau restoran yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja (Wachyuni et al., 2020). Menurut (Gisslen, 2017, hal. 284), terdapat jenis-jenis *dessert*, yaitu:

a. *Pies*

Pies adalah salah satu jenis makanan yang dibungkus dengan *pastry* dan di panggang. Sejak dahulu, ibu rumah tangga di Amerika menyajikan *pies* setiap makan dan jika tidak tersedia buah-buahan, juru masak akan menggunakan bahan yang tersedia seperti *soda cracker* dan kentang.

Contoh: *apple pie*

b. *Pastries*

Pastry berasal dari kata *paste* yang artinya adalah pencampuran tepung, lemak dan cairan. Terdapat jenis *pastries* yang penting adalah *yeast-raised pastry*, *pie dough*, *puff pastry* dan *éclair paste*.

c. *Cakes*

Cakes adalah *baked product* yang paling kaya dan paling manis. Dalam membuat kue membutuhkan ketelitian yang tinggi seperti membuat roti. Bedanya roti membutuhkan *gluten* yang kuat dan ragi untuk fermentasi sedangkan kue membutuhkan lemak dan gula yang tinggi. Contoh:

Chocolate Cake

d. *Cookies*

Cookies adalah kue kecil, beberapa *cookies* terbuat dari adonan kue. Adonan *cookies* biasanya menggunakan lebih sedikit cairan dibanding adonan kue dan sebagian besar *cookies* dibentuk dan dipanggang secara individual. Contoh: chocolate cookies.

e. *Puddings, Custard, Mousses, and Souffles*

Puding dibagi menjadi tiga yaitu, *starch-thickened pudding*, *baked pudding* dan *steamed pudding*. Contoh: puding vanila. *Custard* adalah cairan kental yang terbuat dari telur. *Mousses* adalah makanan penutup lembut yang terbuat dari telur putih kocok atau krim kocok. *Souffles* adalah makanan penutup yang ringan dan lembut berbahan dasar telur putih.

f. *Frozen Desserts*

Frozen desserts terbagi menjadi dua, yaitu: *churn-frozen desserts* (*ice cream* yang terbuat dari susu, cream, gula, perisa dan terkadang telur, *sherbet* yang terbuat dari air, gula, dan buah-buahan) dan *still-frozen desserts* (*bombes*, *frozen souffles*, dan *frozen mousses*)

8. Rempah

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.000 pulau dan beriklim tropis sehingga memudahkan tanaman seperti rempah-rempah untuk tumbuh di Indonesia. Rempah-rempah Nusantara menjadi salah satu saksi dari perjalanan sejarah bangsa Indonesia. Pada abad ke-16, semua orang di dunia belum mengenal yang namanya rempah dan negara yang pertama kali memperkenalkan rempah adalah China dan Turki. China melakukan kegiatan jual beli dengan Indonesia dan menjualnya kepada Eropa melalui turki dengan harga yang tinggi. Oleh karena itu, munculnya keinginan Bangsa Eropa mencari sendiri asal rempah tersebut, yaitu ke Nusantara. Bangsa Eropa yang pertama kali sampai ke Nusantara adalah Portugis yang disusul oleh Spanyol dan Belanda yang sampai di Nusantara pada tahun 1596. Pada awal abad ke-17 Belanda mengeksploitasi rempah-rempah Nusantara untuk mendapatkan keuntungan ekonomi. (Republika, 2016)

Hal diatas, membuktikan bahwa negara-negara lain terpikat dengan rempah-rempah yang dimiliki oleh Indonesia. Rempah-rempah itu sendiri memiliki aroma dan rasa yang khas dan memiliki manfaat bagi Kesehatan, seperti mencegah penyakit, pengobatan dan sebagainya. Berikut manfaat rempah-rempah,yaitu (Army, 2018):

a. Lada

Lada atau merica memiliki khasiat untuk menghangatkan tubuh, membunuh parasit, dan membantu mengeluarkan gas yang terdapat didalam tubuh serta memiliki manfaat bagi otak yaitu, menurunkan risiko penyakit *Alzheimer*.

b. Pala

Pala adalah rempah yang dijadikan sebagai penambah cita rasa dan memiliki manfaat seperti, meredakan masuk angin, sakit perut dan masalah pencernaan serta dapat membantu memperbaiki daya ingat dan pala memiliki sifat antibakteri untuk membunuh bakteri yang ada di mulut.

c. Cengkih

Cengkih adalah rempah yang membantu meredakan sakit perut, mual, menghentikan diare dan mampu meningkatkan Kesehatan tubuh.

d. Kayu manis

Kayu manis adalah rempah untuk menambah cita rasa dan kesegaran pada minuman dan memiliki kandungan antioksidan yang dapat menurunkan risiko penyakit dan menyembuhkan penyakit kulit, infeksi, anti radang, dan meredakan flu.

e. Jahe

Jahe adalah rempah yang memiliki berbagai khasiat seperti untuk menghangatkan tubuh, mencegah mual, meningkatkan nafsu makan, meringankan penyakit persendian dan meningkatkan imunitas tubuh.

f. Kunyit

Kunyit adalah rempah yang dijadikan sebagai pewarna kuning alami dan memiliki khasiat sebagai antibakteri, antivirus, meredakan bengkak, nyeri serta meningkatkan imunitas tubuh.

9. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Sugar Spices Cafe adalah nama bisnis yang berasal dari kata *sugar* yang artinya gula atau manis dan *spices* yang artinya adalah rempah-rempah. Sugar Spices Cafe termasuk ke dalam kategori *dessert cafe* atau kafe makanan penutup yang menyediakan makanan penutup seperti *cupcake*, *whole cake*, *sliced cake*, *cookies*, *pudding* dan *ice cream* dengan penggunaan rempah-rempah Nusantara seperti, lada, pala, cengkih, kayu manis, jahe dan kuyit.

Jenis layanan yang digunakan oleh Sugar Spices Cafe adalah *single point service* dimana para pelanggan akan langsung memesan dan membayar di *counter* yang disediakan. Jenis menu yang diterapkan oleh Sugar Spices Cafe adalah *a la Carte menu* sehingga pelanggan dapat memilih dan memesan pilihan makanan dan minuman yang diinginkan. Menu Sugar Spices Cafe berada di *counter*, pelanggan memesan di *counter* dan dapat melakukan pembayaran dengan menggunakan *cash* atau *cashless* dengan menggunakan *Electronic Data Capture (EDC)* dan aplikasi online seperti OVO, GoPay dan ShopeePay. Lokasi Sugar Spices Cafe di ruko yang berlokasi di Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

Berdasarkan situasi sekarang, dimana dunia termasuk di Indonesia sedang dihadapkan dengan wabah *Covid-19* yang membuat semua masyarakat

mengikuti aturan protokol kesehatan untuk menghindari potensi penularan *Covid-19*. Proses layanan yang dilakukan oleh Sugar Spices Cafe mengikuti protokol kesehatan yaitu, melakukan *physical distancing* dengan jarak satu meter saat mengantri, melakukan pengecekan suhu, tersedianya *hand sanitizer* dan tempat untuk mencuci tangan. Setiap karyawan Sugar Spices Cafe juga melakukan pengecekan suhu, memakai masker dan *face shield* serta menjaga kebersihan diri dan *cafe*. Selain dijalankan di Gading Serpong, Sugar Spices Cafe juga menerapkan sistem *take away*, dimana para pelanggan dapat memesan dan membawanya pulang, dan Sugar Spices Cafe juga bekerja sama dengan jasa pesan-antar seperti *Gofood* dan *Grabfood* untuk memudahkan pelanggan jika ingin mengonsumsi produk yang dimiliki Sugar Spices Cafe.