

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pada masa pandemi COVID-19 ini hampir seluruh sektor industri terkena dampaknya, tidak terkecuali industri pariwisata. Seperti yang bisa dilihat pada tabel 1, bahwa kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia mengalami penurunan yang sangat signifikan. Penurunan ini di akibatkan oleh pandemi COVID-19 yang berkepanjangan.

TABEL 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia

| Desember 2019 | Desember 2020 |
|---------------|---------------|
| 1.377.067 | 164.088 |

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Menurut Undang-undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Sektor industri pariwisata dapat berupa penyediaan akomodasi atau penginapan, pelayanan perjalanan, atraksi wisata, bidang penyediaan makanan dan minuman, dan lain-lain.

Walaupun ditengah pandemi industri penyediaan makanan dan minuman masih bertahan dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan utama manusia. Seperti yang dikatakan oleh (Onah, 2015), dalam bukunya bahwa di tahun 1943, Profesor Abraham Maslow membuat teori mengenai kebutuhan manusia dan motivasi manusia, teori tersebut yaitu *Maslow's*

Hierarchy of Needs menyebutkan bahwa terdapat 5 kebutuhan manusia, kebutuhan biologis serta fisiologis merupakan kebutuhan yang paling dasar. Oleh karena itu, kebutuhan makanan dan minuman akan bertahan dalam keadaan pandemik karena merupakan salah satu kebutuhan utama manusia. Menurut portal berita *Tribun News* (Lazuardi, 2020) dengan wawancaranya bersama Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian Bapak Abdul Rochim menyimpulkan bahwa walaupun di tengah pandemi COVID-19, industri makanan dan minuman merupakan salah satu kelompok industri yang tingkat permintaannya tetap stabil bahkan sedang meningkat.

Dikutip dari *website* resmi detik.com (Lidyana, 2020), Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman (GAPMMI) Bapak Adhi S. Lukman mengatakan bahwa menurut survei yang dilakukan oleh MarkPlus Inc. pada masa pandemi ini, masyarakat tidak mementingkan merek atau *brand* melainkan pembeli atau konsumen akan mengutamakan keamanan dan kebersihan makanan sehingga akan membuka peluang besar bagi *newcomer* atau pendatang baru di industri makanan dan minuman ini. Serta menurut *website* resmi (Kumparan, 2020) wawancaranya dengan Bapak Adhi mengatakan bahwa sektor industri yang masih baik adalah industri susu, *bakery*, dan bumbu. Maka dari itu, masih terdapat peluang dalam membuat bisnis dibidang penyediaan makanan dan minuman tetapi di masa pandemi ini akan terjadi perubahan dalam cara produsen untuk mendistribusikan produknya kepada konsumen dan salah satu cara pendistribusian yang sedang marak terjadi di masa pandemi ini adalah

layanan *drive-thru*. Selama masa pandemi ini, sistem layanan *drive-thru* atau *drive through* merupakan salah satu jenis layanan yang diberikan kepada pelanggan tanpa pelanggan harus turun dari kendaraannya serta tidak harus berkontak langsung dengan penjual. Jenis layanan ini merupakan salah satu sistem yang berkembang di Indonesia, hal ini dikutip dari *website* resmi republika (Dwinanda, 2020), berdasarkan wawancara dengan Bapak Herman Suharto CEO Youtap Indonesia, penggunaan transaksi non-tunai pada layanan *drive-thru* di masa pandemi ini meningkat sebanyak 129 persen.

TABEL 2
Jumlah Penduduk di Provinsi Banten

| Kecamatan | Tahun 2016 | Tahun 2017 | Tahun 2018 | Tahun 2019 |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Kabupaten Pandeglang | 1.200.512 | 1.205.203 | 1.209.011 | 1.211.909 |
| Kabupaten Lebak | 1.279.412 | 1.288.103 | 1.295.810 | 1.302.608 |
| Kabupaten Tangerang | 3.477.495 | 3.584.770 | 3.692.693 | 3.800.787 |
| Kabupaten Serang | 1.484.502 | 1.493.591 | 1.501.501 | 1.508.397 |
| Kota Tangerang | 2.093.706 | 2.139.891 | 2.185.304 | 2.229.901 |
| Kota Cilegon | 418.705 | 425.103 | 431.305 | 437.205 |
| Kota Serang | 655.044 | 666.600 | 677.804 | 688.603 |
| Kota Tangerang Selatan | 1.593.812 | 1.644.812 | 1.696.308 | 1.747.906 |
| Provinsi Banten | 12.203.148 | 12.448.160 | 12.689.736 | 12.927.316 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (2020)

Seperti yang dapat dilihat dari tabel diatas bahwa penduduk provinsi Banten mengalami peningkatan dari tahun 2016 penduduk provinsi banten adalah sebanyak 12.203.148 jiwa, dan mengalami kenaikan sebanyak 245.012 jiwa menjadi 12.448.160 jiwa pada tahun 2017, mengalami kenaikan sebanyak

241.576 jiwa menjadi 12.689.736 jiwa di tahun 2018, dan di tahun 2019 terdapat 12.927.316 jiwa, mengalami kenaikan sebanyak 237.580 jiwa dibandingkan dengan 2018. Rata-rata pertumbuhan penduduk provinsi Banten dari tahun 2016 sampai dengan 2019 adalah 2,1%. Oleh karena itu, Provinsi Banten cukup berpotensi dan mendukung dalam pembangunan usaha. Dapat dilihat dari tabel di atas Kabupaten Tangerang merupakan salah satu kota yang pertumbuhan penduduk setiap tahunnya meningkat, dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat ini, maka permintaan kebutuhan mendasar manusia yaitu makanan dan minuman juga meningkat. Dikarenakan ada permintaan yang tinggi, maka hal ini mendukung untuk membangun suatu usaha industri pariwisata di bidang usaha penyedia makanan dan minuman, karena semakin banyaknya jumlah penduduk maka akan semakin besar konsumsi makanan dan minuman yang harus disediakan. Selain itu dalam artikel pariwisata yang berjudul *tourists infiltrating authentic domestic space at Balinese homecooking schools* yang ditulis oleh (Bell, 2015), dikatakan bahwa bisnis sekolah memasak atau *homecooking schools* sangat populer belakangan ini karena konsumen juga ingin mendapatkan pengalaman. Dikutip dari *website* resmi Berita Satu (Hidayat, 2018), PT. Neurosensus Technology International perusahaan riset dan survei pasar memaparkan hasil riset mengenai ‘memahami tren konsumen masa kini’, menurutnya konsumen pada masa ini menginginkan pengalaman yang lebih dari merek atau produk yang dipakai atau dikonsumsi. Dengan adanya *baking studio* atau *cooking class* konsumen dapat merasakan pengalaman untuk membuat produk yang mereka

konsumsi serta dapat menjadi tempat untuk menyalurkan minat konsumen dalam membuat produk tersebut. Menurut *website* resmi berita CBS Pittsburg (CBSN, 2020), menurut Michael Kocet seorang *Mental Health Counselor* dan *Professor* dari The Chicago School of Professional Psychology mengatakan kegiatan *baking* dapat mengurangi rasa kecemasan dan stress di masa pandemi.

TABEL 3
Pre-test Minat Masyarakat pada Baking Studio

| No | Pertanyaan | Pilihan | Jawaban Responden | |
|----|--|---------------------|----------------------|-------------------|
| | | | Frekuensi (N=150) | Persentase (%) |
| 1 | Usia | < 19 Tahun | 12 | 8 |
| | | 19 – 25 Tahun | 88 | 59 |
| | | 26 – 30 Tahun | 28 | 19 |
| | | 30 – 35 Tahun | 12 | 8 |
| | | 35 – 40 Tahun | 5 | 3 |
| | | >40 Tahun | 5 | 3 |
| 2 | Apakah Tertarik dalam mengikuti Program <i>Baking studio (baking class & decorating class)</i> | Tertarik | 150 | 100 |
| | | Tidak Tertarik | 0 | 0 |
| 3 | Tujuan mengikuti program baking studio | Sebagai Hobby | 76 | 51 |
| | | Untuk Belajar | 26 | 17 |
| | | Untuk membuka usaha | 48 | 32 |

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

Pada tabel 3, penulis membuat *pre-test* untuk mengetahui minat masyarakat mengenai baking studio. Menurut hasil *pre-test* yang telah dibagikan kepada 150 responden, sebanyak 100% responden tertarik untuk mengikuti program *baking studio*. Dan dapat dilihat dari hasil *pre-test* pada pertanyaan tujuan mengikuti baking studio 51% responden menjawab sebagai hobi dan 32% responden menjawab untuk membuka usaha. Jika dilihat dari tujuan, program *baking class short course* lebih sesuai dibandingkan *long course*/program jangka panjang.

TABEL 4
Daftar Restoran menurut Jenis Makanan di Tangerang dan Tangerang Selatan

| Jenis Makanan | Jumlah |
|---------------|--------|
| Indonesia | 330 |
| Jepang | 74 |
| Cina | 67 |
| Korea | 19 |
| Mexico | 4 |
| Italia | 61 |
| Amerika | 33 |
| Prancis | 36 |
| Arab | 2 |
| Afrika | 2 |
| India | 8 |
| Fusion | 47 |
| Australia | 8 |

Sumber: Tripadvisor (2020)

Menurut portal berita resmi Liputan 6 (Elmira, 2020), *dessert* atau makanan manis merupakan salah satu makanan yang paling sering dicari di masa pandemi, *e-commerce* Tokopedia mengatakan bahwa camilan manis atau

dessert seperti *dessert box* dan kue ijo, menjadi produk yang paling banyak dicari masyarakat melalui situs Tokopedia.

TABEL 5
Pre-test Minat Masyarakat pada Makanan Penutup (*dessert*)

| No | Pertanyaan | Pilihan | Jawaban Responden | |
|----|--|----------------|----------------------|-------------------|
| | | | Frekuensi (N=150) | Persentase (%) |
| 1 | Usia | < 19 Tahun | 9 | 6 |
| | | 19 – 25 Tahun | 69 | 46 |
| | | 26 – 30 Tahun | 39 | 26 |
| | | 30 – 35 Tahun | 12 | 8 |
| | | 35 – 40 Tahun | 9 | 6 |
| | | >40 Tahun | 12 | 8 |
| 2 | Apakah Anda Pernah Mengonsumsi Makanan Penutup (<i>dessert</i>). Seperti: Cake, Cookies | Pernah | 150 | 100 |
| | | Tidak Pernah | 0 | 0 |
| 3 | Seberapa Sering Anda Mengonsumsi Makanan Penutup | Sering | 115 | 77 |
| | | Tidak Sering | 35 | 23 |
| 4. | Apakah Anda Tertarik dengan Makanan Penutup yang memiliki cita rasa Indonesia | Tertarik | 144 | 96 |
| | | Tidak Tertarik | 6 | 4 |

Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

(Gisslen, 2016) juga menyebutkan bahwa *dessert* dan *baking* mulai dikembangkan oleh *pastry chef* di Prancis sehingga banyak produk *pastry* dan *dessert* yang terpengaruh oleh budaya Prancis. Kemudian dapat dilihat pada tabel 4 bahwa bahwa jenis makanan Indonesia, memiliki jumlah yang paling banyak dibandingkan dengan jumlah jenis makanan lainnya yang berada di kota Tangerang dan kota Tangerang Selatan, yang berarti makanan dengan cita rasa Indonesia lebih mudah diterima oleh penduduk setempat. Serta, penulis melakukan *pre-test* untuk mengetahui minat masyarakat terhadap makanan penutup atau *dessert*, dan dapat dilihat bahwa pada tabel 5 persentase terhadap minat masyarakat dengan makanan penutup yang bercita rasa Indonesia sangat besar yakni dengan 96%. Maka dari itu, penulis ingin membuat bisnis *dessert* yang dapat menggabungkan dua budaya yaitu Prancis dan Indonesia sehingga menu yang akan disediakan akan berupa *fusion food* atau *fusion dessert*.

Setelah melihat potensi bisnis yang telah dijabarkan diatas, penulis tercetus untuk menggabungkan ide untuk membuka *dessert house* yang akan dikolaborasikan dengan *baking studio*.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis ini disusun dengan tujuan untuk menganalisa setiap aspek yang terkait dalam perencanaan bisnis serta mengukur kelayakan bisnisnya. Karena pada dewasa ini, lingkungan usaha sudah berubah menjadi lingkungan yang sangat dinamis sesuai dengan permintaan konsumen maka mendorong pengusaha untuk memasuki wilayah persaingan usaha yang sangat ketat, sehingga sudah selayaknya calon

pengusaha melakukan studi terlebih dahulu untuk mengetahui apakah layak usahanya didirikan dengan memperhatikan berbagai aspek yang akan ditemui pada saat di lapangan.

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis adalah sebagai berikut:

a. Menganalisa setiap aspek yang terkait dalam perencanaan bisnis.

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisa permintaan, penawaran, segmentasi, targeting, baur pemasaran, aspek ekonomi, aspek sosial, aspek politik, lingkungan hidup dan teknologi.

2. Aspek Teknis

Menganalisa aspek teknis termasuk dengan analisa jenis aktivitas dan fasilitas, hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas, penghitungan kebutuhan ruang fasilitas, pemilihan lokasi dan teknologi yang digunakan.

3. Aspek Manajemen

Menganalisa aspek manajemen, termasuk analisis struktur organisasi, sumber daya manusia, aspek yuridis, pelatihan dan pengembangan serta aspek legal.

4. Aspek Finansial

Menganalisa sumber dan kebutuhan dana, perkiraan biaya operasional, perkiraan pendapatan usaha, proyeksi neraca, proyeksi laba rugi, proyeksi arus kas, analisis titik impas, penilaian investasi dan manajemen risiko.

- b. Menghasilkan keuntungan maksimum bagi para stakeholder.

Lalu selain dari tujuan utama, terdapat juga tujuan minor atau sub-tujuan dari studi kelayakan bisnis yang disusun, yaitu:

1. Menyediakan tempat bagi para pelanggan yang ingin belajar dan menambah keterampilan dalam membuat kue dan mendekorasi kue.
2. Menambah lapangan kerja bagi masyarakat di sekitar Kabupaten Tangerang.
3. Mengembangkan perekonomian lokal.

C. Metodologi Penelitian

Dalam penyusunan proposal studi kelayakan bisnis, penulis membutuhkan data-data yang diperlukan untuk mendukung kelayakan bisnis tersebut.

Pada proposal ini penulis menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu dengan teknik pengumpulan data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Dalam buku yang berjudul *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* oleh (Sekaran & Bougie, 2016) data primer merupakan:

“Such data that the researcher gathers first hand for the specific purpose of the study are called primary data.”

Dari pernyataan diatas maka data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seorang peneliti yang didapatkan dari sumber asli atau sumber utama yang didapatkan secara langsung untuk tujuan penelitian. Dalam penyusunan

studi kelayakan bisnis ini penulis mendapatkan data primer dengan menggunakan beberapa metode seperti dengan menggunakan kuesioner dan observasi.

a. Metode dengan Pengisian Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dimana peneliti akan menyebarkan beberapa daftar pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk mengumpulkan jawaban sehingga mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk menyusun *alternative* atau prediksi lainnya. Seperti yang dikatakan oleh (Sekaran & Bougie, 2016):

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

Dalam mengumpulkan data dengan metode kuesioner, jenis pertanyaan yang diberikan kepada responden adalah pertanyaan tertutup, yang dimana pertanyaan yang diberikan kepada responden terdapat pilihan jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti. Dalam proposal studi kelayakan bisnis ini peneliti mengumpulkan data dengan cara *electronic and online questionnaires*, dimana pertanyaan kuesioner dibuat dalam bentuk *form* yang mempunyai database untuk menyimpan jawaban dan software statistik dengan tujuan untuk memberikan analisis statistik.

Pertanyaan yang diberikan oleh peneliti akan berisi tentang *segmenting, targeting dan promotion*.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), sample frame adalah daftar yang memuat keseluruhan elemen dalam populasi yang dijadikan sebagai pedoman. Daftar yang sesuai dengan studi ini adalah orang yang tertarik untuk menikmati hidangan penutup dan tertarik dengan program *baking class*. Dengan target populasi yaitu penduduk Tangerang Selatan dan sekitarnya yang berusia 20 hingga 50 tahun yang dapat mengakses daerah Gading Serpong dari wilayah tempat tinggal mereka, memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, pegawai swasta, ibu rumah tangga, dan wiraswasta, *freelancer*.

Jumlah kuesioner yang disebarkan kepada responden harus lima kali lebih banyak dari jumlah pertanyaan mengenai baur pemasaran. Jika terdapat 29 pertanyaan, maka dibutuhkan minimal 145 responden, angka tersebut diperoleh berdasarkan (Ho, 2014) setelah pengumpulan data kuesioner, maka akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Validitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), validitas merupakan bukti yang menyatakan bahwa instrumen pertanyaan, teknik maupun proses yang digunakan dapat terukur. Uji

validitas dapat dilakukan dengan uji korelasi oleh Pearson yakni r tabel dengan rumus $df = N - 2$.

2. Reliabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), reliabilitas dilakukan dengan menggunakan sistem SPSS dengan melihat Cronbach alpha. Jika nilai Cronbach adalah 0,60 maka tingkat reliabilitasnya rendah dan jika nilai Cronbach alpha adalah 0,70 maka tingkat reliabilitas dapat diterima, dan apabila nilai Cronbach alpha 0,80 maka tingkat reliabilitasnya tinggi yang artinya valid.

b. Metode Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati, melihat, menganalisis, dan menginterpretasi. Observasi yang dilakukan oleh penulis adalah mengobservasi beberapa competitor yang berada di dekat dengan usaha Sucré – Drive Thru Dessert House and Baking Studio. Observasi ini dilakukan untuk mencari kelebihan dan kekurangan dari pesaing sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam menyusun strategi pemasaran.

2. Data Sekunder

Selain data primer penulis juga menggunakan data sekunder untuk mengumpulkan data. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti lain

untuk maksud dan tujuan yang berbeda. Data sekunder dalam penyusunan studi kelayakan bisnis ini diambil dari buku, *e-books*, *jurnal*, artikel, dan *website* atau database dari organisasi lain seperti BPS (Badan Pusat Statistik). Berikut merupakan data sekunder yang digunakan:

a. Internet dan *Website*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), situs yang berada di internet dapat mengandung informasi yang luas. Data sekunder yang diperoleh dari internet dalam proposal studi kelayakan bisnis ini diambil dari *website* pemerintahan, *website* perusahaan perbankan. Contoh: *website* zomato, daftar reksa dana pendapatan tetap pada bank, dan lain-lain.

b. Badan Pusat Statistik (BPS)

Pada studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan data dari BPS untuk melihat data mengenai jumlah penduduk pada provinsi Banten dengan menggunakan *website* Badan Pusat Statistik Banten. Berikut merupakan beberapa data yang digunakan:

- 1) Jumlah Wisatawan Mancanegara di Indonesia Tahun 2019-2020.
- 2) Jumlah Penduduk di Provinsi Banten tahun 2016-2019.
- 3) Inflasi Kabupaten Tangerang tahun 2019-2020
- 4) Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Provinsi Banten Tahun 2019

c. **Kepustakaan**

Kepustakaan merupakan sumber teori yang terdapat dalam proposal studi kelayakan bisnis ini (Sekaran & Bougie, 2016), keputakaan yang digunakan dalam studi ini dapat berupa *text book*, laporan, dan jurnal. Penulis menggunakan metode ini untuk menulis tinjauan konseptual mengenai teori yang dipakai di studi ini.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. *Industri Food and Beverage*

Dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia, volume terhadap permintaan makanan dan minuman pun meningkat. Oleh karena itu, sektor industri *Food and Beverage* merupakan salah satu sektor industri yang terus mengalami pertumbuhan. Dilansir oleh salah satu portal berita Okezone, Bapak Presiden Joko Widodo menetapkan Food and Beverage merupakan salah satu bidang usaha yang diprioritaskan dalam Industri 4.0 karena pendapatan bisnis Food and beverage bagi PDB Industri non-migas pada tahun 2018 sebesar 35,73%.

2. **Definisi Restoran**

Menurut (Walker, 2017), restoran adalah sebuah tempat yang dikelola secara komersil untuk menikmati layanan makanan dan minuman.

3. **Sejarah Restoran**

Menurut (Walker, 2017), sejarah restoran bermula dari Perancis dengan nama *public dining room*. Pada tahun 1782, *Grand Taverne de Londres* yang ditemukan oleh pria bernama Beauvilliers, diyakini sebagai

restoran yang pertama kali didirikan. Tetapi, pencetus restoran *modern* yang pertama adalah M. Boulanger. Dia menjual sup di *all-night tavern* yang terletak di Rue Baileul. Sup ini disebut *restorantes (restoratives)*, yang merupakan asal mula kata restoran. Boulanger mempercayai bahwa sup yang dijualnya adalah obat untuk mengobati berbagai penyakit. Secara hukum saat itu, hanya hotel yang boleh menyajikan makanan. Pada tahun 1767, Boulanger menantang monopoli tersebut dan menciptakan sup yang terdiri dari kaki domba dalam (*white sauce*). Serikat tersebut lalu mengajukan gugatan hukum terhadap Boulanger, tetapi Boulanger memenangkan gugatan tersebut dan kemudian membuka restoran, *Le Champ d'Oiseau*. Pada tahun 1782, *The Grand Tavern de Londres*, restoran yang sebenarnya, dibuka di *Rue de Richelieu*. Tiga tahun kemudian, *Aux Trois Freres Provencaux* dibuka berdekatan dengan *Palais-Royal*. Dampak dari Revolusi Perancis tahun 1794 mengakibatkan banyak juru masak yang kehilangan pekerjaan mereka sehingga beberapa dari mereka ada yang merantau ke negara bagian Eropa, Amerika, meskipun tidak sedikit yang memilih untuk tetap tinggal di Perancis dan kembali membuka restoran. Istilah *restaurant* dikenal di Amerika sejak tahun 1794 dari seorang tokoh bernama Jean-Baptiste Gilbert Paypalt. Paypalt membuka restoran Perancis pertama di Boston bernama Julien's Restaurator. Restoran ini menyediakan *truffles*, *cheesey*. Restoran ini dikelola hingga empat generasi, yakni dari tahun 1827 hingga 1923 sampai akhirnya mengalami kebangkrutan dengan pemilik barunya di tahun 1987. Seiring dengan semakin berkembangnya

family restaurant, nama Delmonico semakin memudar dan menjadi sejarah. *fondue*, dan *soups*. Restoran ini memberikan pengaruh yang cukup kuat dalam gaya memasak orang Amerika. Setelah itu, Delmonico's, restoran Amerika pertama, didirikan pada tahun 1827 di *New York City*

4. Jenis dan Klasifikasi Restoran

Menurut (Walker, 2017), terdapat beberapa jenis restoran, yaitu:

a. *Chain or Independent Restaurant*

Chain restaurant tentu memiliki berbagai keunggulan, seperti sudah lebih dikenalnya produk maupun brand yang bersangkutan di pasar, perkembangan sistem yang canggih, serta iklan yang berpengaruh lebih besar terhadap pasar. Restoran yang independen juga memiliki keunggulan tersendiri, hal ini dimana pemilik memiliki kuasa sepenuhnya dalam mengambil keputusan, hal ini mencakup mengenai konsep restoran, menu, dekorasi, serta sistem yang ingin diterapkan.

b. *Franchised Restaurant*

Franchised restaurant dapat terjadi ketika terdapat pihak yang tertarik untuk membeli hak untuk dapat menggunakan restoran tersebut. Pihak waralaba tersebut bertanggung jawab untuk menjalankan restoran tersebut sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan maupun pemilik waralaba tersebut.

c. *Quick-Service Restaurant*

Restoran ini menyajikan makanan dan minumannya dengan teknik yang cepat. Restoran jenis ini biasanya akan berlokasi di lokasi yang ramai dan menawarkan harga yang sesuai dan tidak terlalu mahal. Berikut merupakan jenis *quick-service restaurant*.

d. *Fast-Casual Restaurant*

Restoran ini merupakan campuran antara *quick service* dan *casual dining* restoran, restoran jenis ini tidak menawarkan *full table service*. restoran *fast-casual* menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi, item menu segar, dibuat berdasarkan pesanan, memiliki format layanan *self-service* dan memiliki dekorasi yang baik. Kualitas makanan lebih tinggi daripada di restoran cepat saji dengan lebih sedikit makanan beku atau olahan.

e. *Family Restaurants*

Restoran keluarga berevolusi dari *coffee shop* restoran. *Family restaurant* umumnya terletak di pinggiran kota atau lokasi yang mudah diakses. Sebagian besar jenis restoran ini menawarkan layanan yang sederhana yang dirancang untuk menyenangkan keluarga yang sedang menikmati kegiatan mereka dalam restoran tersebut.

d. *Casual Dining*

Restoran ini lebih menuju ke konsumen kalangan menengah dan menawarkan suasana dalam restoran yang santai, dimana restoran ini biasanya memiliki menu yang cukup sederhana dan harga yang terjangkau.

e. *Fine Dining*

Kebanyakan restoran jenis ini sifat kepemilikannya adalah *independent*, restoran jenis ini dengan layanan penuh seperti formal atau *casual* dan selalu menawarkan menu yang baik dan mahal.

f. *Steakhouses*

Restoran ini lebih menawarkan menu khusus yaitu *steak* dan daging.

g. *Seafood Restaurants*

Seafood restaurant merupakan restoran yang menawarkan menu *seafood*.

h. *Ethnic Restaurants*

Merupakan restoran yang menawarkan menu khas dari suatu daerah atau negara tertentu. Restoran ini dapat memberikan pengalaman yang berbeda kepada konsumen dengan menunjukkan atmosfer dari negara tersebut.

i. *Theme Restaurants*

Restoran yang mempunyai tema khusus dengan dekorasi ruangan dan suasana yang sesuai dengan tema yang diambil dari restoran tersebut, hal ini lah yang dapat menjadi keunikan bagi restoran tersebut dan membuat orang-orang tertarik untuk datang ke restoran tersebut.

j. *Coffee Shops*

Coffee Houses atau *coffee shops* merupakan restoran dengan layanan lengkap. Restoran jenis ini awalnya dibuat berdasarkan model bar Italia, yang mencerminkan tradisi espresso yang mengakar di Italia.

k. *Chef-Owned Restaurant*

Merupakan restoran yang dimiliki oleh seorang *chef*.

l. *Centralized Home Delivery Restaurants*

Merupakan restoran yang menawarkan layanan *home delivery*. Restoran jenis ini biasanya dapat mengurangi biaya *taking order*, biaya persiapan makanan, dan biaya akuntansi.

m. *Dessert Café* atau *Dessert House*

Dessert Café atau *Dessert House* merupakan suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman, yang dimana setiap makanan maupun menu utama yang dihidangkan merupakan jenis makanan hidangan penutup.

5. Klasifikasi Jenis Layanan

Menurut (Cousins & Weekes, 2020), dari bukunya yang berjudul *Food and Beverage Service 10th edition*, terdapat beberapa jenis layanan pada industri makanan dan minuman yang dapat dikategorikan atau klasifikasikan sebagai berikut:

a. *Table Service*

Suatu jenis layanan di mana tamu akan disambut oleh pelayan dari restoran tersebut lalu proses *taking order* atau pemesanan makanan akan dilakukan di meja tamu, lalu makanan dan minuman pesanan tamu akan diantarkan oleh pelayan restoran ke meja tamu. Layanan ini banyak ditemukan di berbagai jenis restoran, *café*, dan *banquet*.

Table service terdiri dari:

1) *Silver/English Service*

Pelayan restoran menghadirkan makanan menggunakan *silver fork* dan *spoon* langsung ke piring tamu. Jenis pelayanan ini biasanya dilakukan oleh keluarga bangsawan di Inggris.

2) *Family Service*

Tipe layanan di mana hidangan utama sudah disiapkan di piring atau *silver plated* dan ditempatkan di tengah meja tamu, sehingga tamu dapat mengambil sendiri makanan yang diinginkan.

3) *Plate/American Service*

Tipe layanan ini adalah tipe yang sering ditemukan, makanan yang telah jadi disiapkan di piring dan langsung di antarkan ke meja oleh pelayan restoran.

4) *Butler/French Service*

Pada tipe layanan ini, pelayan restoran akan mempresentasikan makanan kepada tamu satu per satu dan tamu dapat mengambil sendiri makanan yang mereka inginkan

5) *Gueridon Service*

Makanan disiapkan pada *side table* atau *trolley* sebelum kemudian disajikan ke piring tamu. Pramusaji biasanya melakukan berbagai jenis layanan seperti *carving*, *jointing*, *fish filleting*, atau *flambe*

6) *Bar Counter*

Layanan yang ditawarkan bagi tamu yang duduk di *bar counter*. Tipe layanan ini juga dapat ditemukan di rumah makan sushi.

b. *Assisted Service*

Jenis pelayanan ini merupakan kombinasi dari *table service* dan *self-service*.

c. *Self Service*

Pada tipe layanan ini, tamu melayani dirinya sendiri dari *buffet* atau *counter* yang tersedia. Layanan ini banyak ditemukan di restoran dan kantin.

1) *Counter*

Pada tipe layanan ini, tamu mengantri pada *counter* yang tersedia dan memilih menu yang diinginkan dan menaruhnya di atas *tray*. *Counter service* juga dapat berupa *carousel*, dimana tamu dapat memilih makanan yang berputar di atas *counter*.

2) *Free-flow*

Menyerupai *counter service*, namun pada *free-flow service* tamu tidak perlu mengikuti antrian dalam satu baris. Tamu dapat bergerak dengan bebas menuju *service points* yang diinginkan.

d. *Single Point Service*

Suatu pelayanan dimana tamu melakukan pemesanan, pembayaran dan menerima makanan dan minuman langsung secara cepat pada *counter* atau bar di rumah makan cepat saji, atau melalui mesin penjual otomatis (*vending machine*). *Single point service* terdiri dari:

1) *Takeaway*

Layanan di mana tamu melakukan pemesanan dan pengambilan makanan di satu titik tertentu, berupa *counter* atau *stand*. Kemudian makanan akan dikonsumsi di tempat lain (*off the premises*).

2) *Drive-thru*

Menyerupai layanan *take away* tetapi yang membedakan adalah pengemudi akan melakukan pemesanan melalui microphone atau jendela pemesanan, lalu melakukan pembayaran di tempat selanjutnya tanpa harus turun dari kendaraan.

3) *Fast Food*

Istilah *fast food* pada awalnya mengacu pada tipe layanan pada *counter* di mana tamu mendapat makanan dengan menukarkan kupon atau langsung membayar secara tunai. Sekarang ini, istilah *fast food* lebih digunakan untuk menggambarkan perusahaan yang menyediakan menu secara terbatas, layanan cepat dengan area makan dan fasilitas *takeaway*.

4) *Vending*

Salah satu bentuk akomodasi makanan dan minuman melalui mesin penjual otomatis.

5) *Food Court*

Suatu layanan di mana terdapat beberapa *counter* yang menyajikan berbagai jenis makanan yang berbeda. Tamu dapat memesan dari beberapa *counter* sekaligus dan menyantap makanan di area yang telah disediakan atau *takeaway*.

e. *Specialized Service (Service in Site)*

Merupakan layanan di mana makanan dan minuman langsung disajikan ke tempat di mana tamu berada. Tipe layanan ini terdiri dari:

1) *Tray*

Tipe pelayanan dimana makanan disajikan langsung ke tempat di mana tamu berada dengan menggunakan *tray*.

2) *Trolley*

Layanan makanan dan minuman dengan menggunakan *trolley*.

3) *Home Delivery*

Tipe layanan di mana makanan langsung diantarkan ke rumah atau tempat bekerja tamu.

4) *Lounge*

Merupakan tipe layanan makanan dan minuman di area *lounge*.

5) *Room*

Merupakan tipe layanan makanan dan minuman di kamar tamu atau di ruang pertemuan.

6) *Drive-In*

Merupakan tipe layanan di mana tamu akan dilayani langsung dari dalam kendaraan.

6. Definisi Layanan *Drive-thru*

Menyerupai layanan *take away* tetapi yang membedakan adalah pengemudi akan melakukan pemesanan melalui microphone atau jendela pemesanan, lalu melakukan pembayaran di tempat selanjutnya tanpa harus turun dari kendaraan.

7. Sejarah *Dessert*

Pada abad ke-19, bangsa Romawi kuno dan bangsa Yunani kuno mulai menciptakan oven yang dipanaskan dengan membangun api di dalamnya. Perkembangan terus terjadi, hingga terciptanya maza yang terbuat dari jelai maupun opson yang menjadi awal terbentuknya *pizza modern*. Pembuat roti juga mulai membuat kue dari adonan yang mengandung madu atau bahan-bahan manis lainnya, seperti buah kering. Banyak dari jenis ini memiliki kepentingan keagamaan dan dibuat hanya pada hari-hari spesial saja. Beberapa produk mendekati selalu memiliki tekstur yang padat,

tidak seperti cake yang ringan seperti sekarang ini. Produk *pastry* yang tidak manis juga dibuat untuk beberapa produk, contohnya pai daging. (Gisslen, 2016), juga menyebutkan bahwa pada tahun 1400-an, *pastry chef* di Perancis mulai membentuk perusahaan mereka sendiri dan mengambil alih pembuatan produk *pastry* dari pembuat roti. Pada tahun 1942, orang Eropa tiba di Amerika yang memicu sebuah revolusi dalam pembuatan *pastry*. Pulau Karibia merupakan tempat yang ideal dalam penanaman gula, yang menyebabkan meningkatnya persediaan dan menurunnya harga karena gula pada waktu itu merupakan barang langka dan barang yang mahal dan mewah di Eropa. Begitu pula dengan penanaman biji kakao dan coklat. Ketika bahan-bahan baru ini telah tersedia, *pastry* menjadi semakin mutakhir, dan banyak resep baru yang dikembangkan. Pada abad ke 17 dan 18, banyak produk *pastry* yang kita ketahui sekarang, termasuk adonan berlapis, seperti *puff pastry*.

8. Klasifikasi Dessert

Jenis-jenis *dessert* meliputi *cakes, cookies, biscuits, ice cream, pudding, pies, sweet breads* Berikut penjelasan setiap kategori jenis *dessert* (Gisslen, 2016):

a. *Doughnut, fritters, pancake, and Waffle*

French Doughnut memiliki adonan yang sama dengan *puff pastry* atau *éclair*, perbedaannya adalah cara memasaknya yaitu *doughnut* di goreng. sedangkan pancake Prancis atau *crêpes*,

dibuat dari tipis, tidak beragi adonan yang terbuat dari susu, telur, dan tepung.

b. *Custard Pudding, Mousse and Souffle*

Custard adalah cairan yang terdiri dari susu atau krim, telur dan gula. *Custard* merupakan dasar dari *pudding, mousse, soufflé* dan *bavarois*. Proses memasaknya tidak boleh melebihi suhu 85 °C

c. *Pie and Tart*

Pie terbuat dari tepung, lemak, air dan garam. Berdasarkan metode, *pie* dibedakan menjadi dua jenis yaitu *baked pie* dimana adonan yang masih mentah diberi *filling* kemudian dipanggang dan *unbaked pie* dimana adonan dipanggang terlebih dahulu kemudian baru diberi *filling*. *Tart* adalah *pie* tanpa lapisan penutup yang ketebalannya tidak lebih dari 2,5cm serta mengandung isian yang lebih sedikit dibanding *pie*.

d. *Pastry*

Pastry dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. *Short Dough*, memiliki tekstur lembut dan gluten yang rendah
2. *Puff Pastry*, adalah adonan berlapis yang terdapat lemak di setiap lapisan.
3. *Choux Pastry*, terbuat dari air, lemak, tepung dan telur dengan tekstur tidak padat.

e. *Cakes, Gateux and Torten*

Gateux adalah *cake* yang lebih kepada produk kue tradisional, sedangkan *torten* umumnya digunakan untuk menjelaskan kue berlapis. *Cake* dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Cake* ala Amerika, terdiri dari dua komponen yaitu lapisan *cake* dan *icing*.
2. *Cake* ala Eropa, merupakan *sponge cake* yang dilembutkan dengan sirup, diberi isian, didekorasi dan tingginya kurang dari 7,5cm.

f. *Cookies*

Cookies adalah kue yang dibuat dengan menggunakan *creamy method*. Karakteristik dari *cookies* adalah renyah, lembut, kenyal dan melebar.

g. *Frozen Dessert*

Frozen Dessert terdiri dari *ice cream*, *frozen yoghurt*, *sorbet*, *gelato*, *granite* dan *parfait*.

h. *Fruit Dessert*

Fruit Dessert adalah hidangan penutup yang menggunakan buah-buahan.

9. Definisi *Fusion Food*

Pada tahun 1970-an di negara Inggris dan Amerika muncul istilah *Fusion Food*. *Fusion* berarti peleburan, dalam dunia masak bisa diartikan gaya yang mengambil unsur terbaik dari berbagai masakan etnik atau regional, untuk menciptakan masakan baru, dengan cita

rasa yang lebih inovatif. Perpaduan budaya yang banyak terjadi biasanya antara Timur dan Barat.

10. Definisi *Fusion Bakery* atau *Dessert*

Fusion Bakery adalah kombinasi cara mengolah berbagai produk bakery dan dessert seperti: *bread*, *cake*, *pastry* dan *cookies* dengan menggabungkan penggunaan bahan baku lokal Indonesia.

11. Definisi *Baking Studio*

Menurut (Kaltman, 2009), Baking studio merupakan studio atau tempat bekerja untuk melakukan kegiatan baking. Dalam hal ini termasuk juga tempat untuk menimbang, membuat adonan, memanggang kue, menghias dan segala proses yang terlibat dalam proses pembuatan kue.

12. Gambaran Konsep

Berdasarkan tinjauan konseptual yang telah dijabarkan diatas bahwa usaha *Sucré – Drive Thru French Dessert House and Baking Studio* merupakan usaha yang bergerak dalam industri *Food and Beverage* yang berfokus dalam menyediakan hidangan penutup atau *dessert* dan minuman berbahan dasar kopi dan teh. Usaha ini termasuk dalam tipe bisnis *dessert cafe* atau *dessert house* yang menyediakan jenis layanan *single point service* yaitu *drive-thru*. Usaha ini akan menyediakan *ready to eat dessert*, dengan menawarkan menu *fusion dessert*. Usaha *Sucré – Drive Thru Dessert House and Baking Studio* juga menyediakan *baking studio*. Program yang ditawarkan oleh *baking studio* kami adalah *baking class* dan *decorating class*