

BAB I PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pada masa sekarang ini, pariwisata merupakan industri yang sudah dikenal masyarakat pada umumnya. Industri pariwisata dalam bidang makanan dan minuman memiliki potensi yang berkembang sangat cepat. Dampak dari perkembangan industri makanan dan minuman ini menimbulkan kondisi persaingan yang semakin kompetitif. Para pelaku usaha harus terus melakukan berbagai inovasi untuk dapat berhasil dan dapat bersaing dengan para kompetitor.

TABEL 1
Nilai PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2009-2011
Laju Pertumbuhan Tahun 2011 di Indonesia

No	Lapangan usaha	Atas dasar harga berlaku (Triliun Rupiah)			Laju Pertumbuhan 2011 (persen)
		2009	2010	2011	
1	Pertanian, Peternakan, kehutanan, dan Perikanan	857,2	985,4	1.093,5	3,0
2	Pertambangan dan Penggalian	592,1	718,1	866,3	1,4
3	Industri Pengolahan	1.477,5	1.595,8	1.803,5	6,2
4	Listrik, Gas, dan Air Bersih	46,7	49,1	55,7	4,8
5	Komunikasi	555,2	660,9	756,5	6,7
6	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	744,5	882,5	1.022,1	9,2
7	Pengangkutan dan Komunikasi	353,7	423,2	491,2	10,7
8	Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	405,2	466,6	535,0	6,8
9	Jasa-jasa	574,1	654,7	783,3	6,7

Sumber: Badan Pusat Statistik (2011)

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 bahwa dari tahun ke tahun, lapangan usaha yang menjual jasa seperti hotel dan restoran yang menyediakan akomodasi serta makanan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat semakin bertumbuh.

Industri makanan dan minuman adalah bidang industri yang memiliki potensi besar untuk sukses pada masa sekarang ini. Hal ini dikarenakan tidak lain karena makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan primer dari manusia. Sekarang Indonesia khususnya di kota besar seperti Jakarta sudah memperlihatkan perkembangannya yang besar seperti mendirikan pusat perbelanjaan yang memiliki fasilitas yang nyaman dan mewah, mendirikan restoran dengan berbagai fasilitas yang menyediakan makanan dan minuman yang berbeda-beda. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnis yang berhubungan dengan penyediaan makanan dan minuman.

TABEL 2
Jumlah Rumah Makan, Kantin dan *Bakery* Menurut Kecamatan di Jakarta Barat

No.	Kecamatan/ District	Usaha Boga / Food Business			Jumlah/ Total
		Rumah Makan/ Restoran/ Restaurant	Kantin/ Canteen	Bakery	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Kembangan	33	16	4	53
2	Kebun Jeruk	18	14	3	35
3	Palmerah	8	4	1	11
4	Grogol Petamburan	48	30	6	84
5	Tambora	12	-	-	12
6	Taman Sari	88	14	5	107
7	Cengkareng	3	6	5	14
8	Kalideres	5	2	-	7
Jumlah/Total		213	86	24	323
2008		204	59	14	277
2007		191	59	15	265
2006		156	68	17	241

Sumber: Suku Dinas Pariwisata Kota Administrasi Jakarta Barat (2009)

Seperti yang bisa dilihat pada Tabel 1.2, banyak sekali usaha tempat makan yang bermunculan di Jakarta Barat, dari restoran kecil hingga restoran besar. Jenis makanan yang ditawarkan juga tidak hanya makanan berat saja, tetapi makanan ringan atau kue seperti *dessert*, *yoghurt*, *cake*, roti, dan lain-lain yang berada dalam kategori *bakery*. Jenis usaha *bakery* merupakan jenis usaha yang masih terbilang sedikit dibandingkan dengan jenis usaha restoran dan kantin. Hal ini juga menjadi alasan bagi The Muff's untuk membuka jenis usaha dalam bidang *bakery*. Oleh sebab itu, maka terpikirlah gagasan untuk membuat suatu usaha yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan jenis makanan ringan ini. Dalam studi kelayakan bisnis ini, penulis memilih untuk membuka bisnis yang menjual kue jenis *muffin* yang tergolong dalam kategori makanan ringan. Sejauh ini *muffin* hanya dipasarkan oleh toko kue yang menjual berbagai macam jenis roti dan kue, rasa yang ditawarkan juga tidak bervariasi. Maka dari itu penulis ingin membuat bisnis usaha makanan ringan yang menjual *muffin* dengan berbagai macam variasi rasa.

Bisnis usaha makanan ringan ini akan dinamakan The Muff's. Konsep yang dipakai oleh The Muff's adalah sebuah *bakery* yang menjual berbagai jenis *muffin* yang juga didampingi dengan berbagai jenis minuman untuk dikonsumsi. The Muff's menawarkan sesuatu yang lebih spesial yang lebih diutamakan kepada berbagai macam rasa dari *muffin*, baik itu *muffin* dengan rasa yang manis maupun *muffin* dengan rasa asin. Dengan membuka bisnis ini diharapkan akan menghasilkan keuntungan yang menjanjikan karena bisa dikatakan konsumen tidak membeli *muffin*

hanya karena faktor ingin mengonsumsi saja tetapi bisa juga membeli untuk faktor lain seperti acara ulang tahun, hari kasih sayang, atau saat spesial lainnya.

Proyek usaha ini akan didirikan dalam bentuk *bakery* yang dilengkapi fasilitas yang nyaman mulai dari internet sampai dengan sofa dan sembari ditemani oleh makanan ringan yang enak. Proyek usaha ini akan dibangun di Mal Central Park yang merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang terletak di Jakarta Barat. Lokasinya terletak di Jalan S. Parman yang berdampingan dengan Mal Taman Anggrek.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Menurut Barringer (2009: 53), studi kelayakan atau *feasibility study* adalah:

The process of determining if a business idea is viable.

Studi kelayakan ini merupakan suatu rencana studi yang ingin direalisasikan dan bisnis yang akan dibangun sesuai dengan gagasan, konsep, keuntungan yang akan didapat sampai pada pengembalian modal awal. Tujuan dari SKB dibagi menjadi dua yaitu Tujuan Utama (*Major Objection*) dan Sub Tujuan (*Minor Objection*).

Studi kelayakan bisnis terhadap usulan pembuatan proyek The Muff's memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Tujuan Utama:

Tujuan utama terhadap studi bisnis ini adalah:

- a. Menganalisa kelayakan bisnis yang akan dijalankan.
- b. Memberi keuntungan finansial untuk pemilik.

- c. Menganalisa aspek yang memengaruhi rencana bisnis ini, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen, dan aspek finansial.

2. Sub Tujuan:

Sub tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah:

- a. Membantu menyediakan lapangan pekerjaan.
- b. Membantu pemilik untuk mengurangi risiko kerugian dalam penanaman modal.
- c. Menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas.
- d. Menjadi *bakery* pilihan bagi para konsumen.

C. Metodologi

Dalam menganalisa data yang digunakan dalam Studi Kelayakan Bisnis, maka perlu dikumpulkan data konkrit yang menunjukkan bahwa akan ada pasar yang nantinya mengkonsumsi produk yang ditawarkan dari usaha ini. Teknik pengumpulan data yang akan dipakai yaitu:

1) Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 184), data primer merupakan:

Such data gathered for research from the actual site of occurrence of events are called primary data.

Data primer memiliki pengertian sebagai sumber data penelitian atau informasi yang diperoleh langsung dari nara sumber utama. Data primer dapat diperoleh dari:

- a. Metode survei dengan kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2010: 197), kuesioner dapat

diartikan sebagai:

A questionnaire is a preformulated written set of question to which respondents record their answer, usually within rather closely defined alternatives. Questionnaires are an efficient data collection mechanism when the researcher know exactly what is required and how to measure the variables of interest.

Merupakan pertanyaan yang dibuat peneliti untuk dijawab oleh responden yang pada umumnya berupa pertanyaan tertutup.

Kuesioner adalah sebuah mekanisme pengoleksian data ketika peneliti tahu secara tepat apa yang dibutuhkan dan bagaimana mengukur variabel yang diinginkan.

Kuesioner ini merupakan kumpulan beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui informasi yang ingin didapatkan dari responden. Kuesioner ini akan digunakan untuk mencari data tentang perilaku pasar sehingga bisa dibuat keputusan yang berhubungan dengan penentuan harga, penentuan waktu operasional, dan perencanaan menu. Kuesioner ini akan disebarakan secara acak di mal, kampus, apartemen yang berada di kawasan Jakarta Barat.

b. Observasi

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 255), pengamatan langsung dapat diartikan sebagai:

Observational studies can provide rich data and insights into the nature of the phenomena observed.

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan meninjau langsung pada tempat tujuan. Peninjauan yang dilakukan dengan melihat seberapa banyak pesaing yang dan industri lain

yang digunakan untuk dijadikan sebagai target pasar dan tempat untuk melakukan usaha.

2) Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2010: 184), dijelaskan bahwa data sekunder merupakan:

Other types of written information such as company policies, procedures, and rules can be obtained from the organization's records and documents. Data gathered through such existing sources are called secondary data.

Pengertian dari data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan merupakan data pendukung bagi penelitian yang dilakukan. Jenis data sekunder yang digunakan adalah dengan menggunakan informasi dari buku referensi, majalah, internet, dan media lainnya serta dapat diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Pengumpulan data sekunder dapat dilakukan dengan mencari tahu tempat yang bersangkutan dan mendatangnya, mencari buku yang bersangkutan dengan bisnis dan mengolah data yang tersedia menjadi sebuah data yang baru sehingga dapat dipertanggungjawabkan validitasnya.

D. Tinjauan Konseptual Bisnis

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Walker (2009), pariwisata adalah:

Tourism is a dynamic, evolving, consumer-driven force and is the largest industry, or collection of industry, when all interrelated component are place under one umbrella: tourism, travel, conventionm expositions, meetings, destination, events, restaurant

Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan hal yang dinamis, berkembang, dan merupakan industri yang besar.

Pariwisata terkait erat dengan semua hal yang berhubungan dengan perjalanan, pertemuan, kegiatan, destinasi, pameran, dan restoran.

2. Pengertian Destinasi

Menurut Morgan, Pritchard, dan Pride (2004), destinasi adalah:

Destination is a significant lifestyle indicator for today's aspirational consumers and the place where they choose to spend their squeezed vacation time and hard-earned income increasingly have to have emotional appeal, high conversational capital and even celebrity value

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa destinasi merupakan suatu gaya hidup yang signifikan bagi konsumen pada saat ini dan tempat di mana mereka memilih untuk menghabiskan liburan mereka untuk menghabiskan waktu.

3. Definisi Bakery

Menurut Ashokkumar (2009: 15), *bakery* adalah:

A bakery is an establishment which produces and sells flour-based food baked in an oven such as bread, cakes, pastries, and pies.

Dari pernyataan yang disebutkan oleh Ashokkumar (2009: 15), *bakery* adalah tempat berdirinya produk yang dibuat dengan memiliki dasar tepung dan dipanggang di *oven*, seperti roti, kue, kue kering, dan pai.

4. Sejarah Bakery

Menurut Halliday (2010: 56), Perancis menjadikan roti sebagai makanan yang dianggap penting oleh masyarakatnya. Awal mulanya adalah semenjak roti diperkenalkan di Perancis oleh seorang putri keturunan Austria dan Perancis bernama Marie Antoinette pada tahun 1755. Seorang ratu Perancis yang menikah dengan raja Louis XVI. Dia memperkenalkan roti *croissant* yang sekarang menjadi terkenal di

Perancis bahkan seluruh dunia. Raja Louis XVI menyebut *croissant* sebagai makanan yang menyenangkan. Dulu roti *croissant* dinamakan roti bangsawan karena hanya dikonsumsi di Istana Versailles dan menjadi makanan favorit raja dan ratu Perancis pada masa itu. *Croissant* merupakan roti yang paling mempunyai sejarah panjang sebagai penghormatan atas *croissant* dan warisan Marie Antoinette. Perancis memperingati *Le Decret Pain* sebagai penghargaan kepada Marie Antoinette sebagai pahlawan tanpa tanda jasa untuk makanan Perancis yaitu roti *croissant*.

Menurut Chevallier (2009: 94), pada tahun 1872 seorang kebangsaan Perancis berhasil mengembangkan ragi secara besar-besaran di pabrik. Sejak saat itu orang mulai meninggalkan cara lama dalam pembuatan roti dan menggunakan cara baru dalam pengembangan roti. Sampai sekarang pun ragi masih tetap digunakan dengan daya kembang yang semakin lama semakin sempurna. Perkembangan tersebut menjadi sebuah sistem pengiriman, penjualan ke rumah, dikarenakan permintaan terus meningkat berkembanglah toko roti di pinggir jalan dengan kreasi produknya masing-masing.

5. Jenis Layanan

Menurut Lillicrap (2002: 11), pada dasarnya pelanggan yang memasuki area layanan akan memesan makanan dan minuman pilihannya kemudian makanan dan minuman akan dihidangkan.

Dengan ini terdapat 5 jenis tipe pelayanan, yaitu:

a. *Table service* adalah suatu sistem pelayanan dimana para tamu

duduk di kursi menghadap meja makan, kemudian makanan dan minuman disajikan kepada tamu langsung oleh pelayan.

b. *Assisted service* adalah suatu sistem pelayanan dimana para tamu yang datang biasanya duduk di depan konter. Makanan dan minuman yang telah siap akan disajikan di atas konter. Biasanya disajikan oleh pelayan atau langsung juru masaknya. Yang dimaksud konter disini yaitu meja panjang yang membatasi dua ruangan yaitu ruangan dapur dengan ruangan restoran.

c. *Self-service* adalah pelayanan dimana semua makanan secara lengkap baik dari makanan pembuka sampai makanan penutup telah ditata dengan rapi di atas meja prasmanan dan para tamu bebas mengambil sendiri hidangannya sesuai dengan selera.

d. *Single point services* adalah sistem pelayanan dimana tamu langsung memesan makanan, minuman, dan langsung melakukan pembayaran di konter yang disediakan. Contohnya *take away, food court*, dll.

e. *In situ service* adalah pelayanan dimana makanan dan minuman dipesan dan siap langsung dibawa pulang. Contohnya *room service, home delivery*, dll.

6. Jenis Menu

Menurut Kotschevar dan Withrow (2008: 66), jenis menu dapat dibedakan menjadi 6 yakni:

a. *Table d'hote*

Table d'hote berarti meja dari pemilik rumah (*table of the host*),

sehingga pada mulanya istilah ini merupakan sebutan bagi makanan yang dihidangkan di atas meja pemilik rumah apabila adanya, ketika pada zaman dahulu tidak ada hotel jadi orang-orang yang ingin beristirahat harus tinggal di rumah penduduk setempat. Menu ini mengelompokkan beberapa produk makanan bersamaan dengan satu harga. Seringkali menu ini dikombinasikan dengan menu *à la carte*.

b. *À La Carte*

Secara literal *à la carte* berarti dari kartu (*from the card*). Menu ini menawarkan makanan terpisah dengan harga yang terpisah pula. Semua makanan dari pembuka, makanan utama, sampai makanan penutup dipesan secara terpisah sehingga tamu dapat memilih apa yang mereka inginkan. Menu ini seringkali meliputi banyak jenis makanan sehingga berakibat pada meningkatnya jumlah pembayaran oleh tamu (*average check*) dan dianggap sangat menguntungkan bagi operasi komersial. Menu *À la Carte* populer di restoran *fast food*, *snack bar*, dan *cafeteria* dan kadang di restoran *table service*.

c. *Du Jour*

Menu ini meliputi kelompok produk yang disajikan hanya untuk hari itu. Hal ini sesuai dengan arti kata *du jour* yakni khusus untuk hari itu (*of the day*). Seringkali menu ini digabungkan dengan menu *à la carte* dan menu *table d'hote*. Salah satu teknik untuk meningkatkan keuntungan dengan menawarkan spesial hari itu

(*daily special*) yang menggunakan bahan yang dibeli dengan harga diskon atau bahan yang sudah mendekati tanggal kadaluarsa.

d. *Cyclical Menu*

Menu ini berarti beberapa menu yang ditawarkan dengan rotasi periode waktu tertentu. Periode waktu dalam merubah menu yang ditawarkan bervariasi dari 3 hari, 1 minggu, 1 bulan, atau 4 kali setahun mengikuti musim yang berganti, sesuai dengan keperluan institusi yang menganut jenis menu ini. Sebagai contoh sebuah kapal pesiar dapat menawarkan tujuh jenis menu untuk perjalanan berdurasi tujuh hari, setelah itu menu yang disediakan kembali lagi ke awal. Menu jenis ini dapat menciptakan efisiensi ketika direncanakan dengan utilisasi produk yang baik.

e. *Limited Menu*

Menu ini merupakan menu dimana pilihan dibatasi dengan cara tertentu. *Cafe* dan *quick service* juga menggunakan menu jenis ini. Pengaturan biaya merupakan keuntungan dari jenis menu ini. Jenis menu ini bukanlah konsep yang baru, sebuah restoran di Paris yang beroperasi dari tahun 1729 sampai 1800an hanya menawarkan satu menu makanan, yaitu ayam yang dimasak dengan berbagai cara.

f. *California Menu*

Menu ini disebut demikian karena berasal dari California, yang menawarkan makan pagi, snack, makan siang, dan makan malam secara bersamaan sepanjang hari. Banyak menu *room service* hotel didasarkan pada desain menu ini.

7. Produk yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan oleh *bakery* diantaranya adalah sebagai berikut menurut Ashokkumar (2009: 36):

a. *Cake*

Merupakan adonan yang dipanggang yang memiliki dasar tepung berprotein sedang, gula, telur, dan lemak. Selain itu, *cake* terkadang dibuat dengan tambahan garam, susu, pengembang, dan penambah aroma. Bahan ini dicampurkan untuk menghasilkan remah yang halus, tekstur yang empuk, warna yang menarik, serta aroma yang wangi.

b. *Croissant*

Croissant terkenal dengan bentuknya yang menyerupai bulat sabit. Teknik pembuatan *croissant* adalah adonan dilapisi dengan mentega, digulung dan dilipat beberapa kali berturut-turut, kemudian digulung menjadi lembaran ringan. Ini berguna agar roti dapat mengembang dan menghasilkan rasa yang gurih.

c. *Muffin*

Muffin merupakan roti *semi sweet cake* atau *quick bread* yang dipanggang dalam porsi untuk satu orang. *Muffin* dibuat dengan campuran bahan dasar tepung berprotein sedang, mentega, telur, dan susu. *Muffin* mirip dengan *cupcakes* meskipun mereka biasanya kurang manis dan icing kurangnya.

d. *Cookies*

cookies merupakan kue kering yang berbentuk kecil, datar, dan

dibuat dengan cara dipanggang sampai garing atau terkadang hanya cukup lama saja untuk menjaga agar tekstur yang dihasilkan tetap lembut. Bahan dasar dari *cookies* adalah tepung, mentega, telur, dan gula. Kelembutan dari *cookies* adalah tergantung dari berapa lama *cookies* tersebut dipanggang.

e. *Brownie*

Brownie adalah perpaduan antara kue dan *cookies*. *Brownie* memiliki tekstur yang padat dan lembut. *Brownie* biasanya dibuat dengan menggunakan tepung protein sedang, mentega, telur, dan *cocoa*. *Brownie* biasanya dihidangkan dengan *topping* krim ataupun taburan gula bubuk.

8. Pengertian Kue

Menurut Sokol (2006: 310), kue merupakan bagian dari hampir semua acara. Kue diartikan sebagai sesuatu yang manis, lembut, dan terkadang dipanggang menggunakan isi. Pada umumnya setiap kue dibuat dengan menggunakan resep dasar dan dikreatifitaskan oleh para pembuat kue. Adonan kue dapat dipanggang dalam loyang yang berbeda ukuran dan berbagai bentuk. Kue dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu:

a. *Cakes* tinggi lemak

Kue tipe ini bergantung pada lemak padat dan cair untuk menjaga gluten lebih rendah untuk menghasilkan produk yang lembut. Kue ini cenderung lebih lembab, lebih kaya dan beremah lebih. Contoh dari kue jenis ini adalah *butter cake*, *muffin*, *pound cake* dan

marble cake.

b. *Cakes* rendah lemak

Kue tipe ini membutuhkan beberapa bahan lain untuk membuatnya lembut. Biasanya kue ini mengandung banyak gula, karena gula adalah bahan untuk melembutkan kue. Contoh kue berjenis ini adalah *sponge cake*, *chiffon cake* dan *angel food cake*.

9. Pengertian *Muffin*

Menurut Amendola dan Rees (2003: 310), *muffin* lebih terkait erat dengan *cake* dibandingkan dengan roti dikarenakan pembuatan *muffin* dan metode yang digunakan lebih mirip dengan pembuatan *cake* hanya saja *cake* lebih kaya akan lemak dibandingkan *muffin*. Tekstur yang diberikan *muffin* tidak lembut, tidak manis, dan tekstur remah lebih besar. *Muffin* biasanya disajikan dengan bentuk yang kecil dan permukaan yang agak tinggi dan mengembang ke atas.

10. Sejarah *Muffin*

Muffin berasal dari kata *moufflet*, sebuah kata Perancis kuno yang dinamakan untuk roti, *moufflet* ini berarti lembut yang dikarenakan tekstur *muffin* yang lebih lembut daripada roti pada umumnya. Kata *muffin* sendiri diperkenalkan di awal abad ke 18 dan resep *muffin* mulai dikenal di pertengahan abad ke 18. *Muffin* mulai populer selama abad ke-19 ketika mulai dihidangkan bersama dengan teh. *Muffin* di Inggris biasa dibuat dari adonan ragi. *Muffin* biasanya dinikmati di musim dingin bersama dengan secangkir teh panas, *muffin* juga biasanya dilengkapi dengan mentega dan dimakan dengan selai. Di era

Victoria, *muffin* dijual oleh penjual kue di jalanan diatas baki makanan dan mereka meletakkannya diatas kepala mereka, Mereka juga biasa membunyikan bel di tangan untuk memanggil calon pelanggan mereka. Sementara itu di Amerika Utara, *muffin* sangatlah berbeda, bahan dasarnya adalah bahan pengembang dan *muffin* biasanya dibuat di pencetak loyang *muffin*. Bahkan apabila tepung terigu tidak ada, *cornmeal* bisa menjadi pengganti. Berbeda dengan Amerika yang menyajikan *muffin* untuk sarapan atau sebagai bagian dari makan malam, di Inggris yang terkenal dengan tradisi *afternoon tea* menyajikan *muffin* untuk teman minum teh. Bahkan *muffin* di Inggris dikenal dengan nama “*tea cakes*”. Di Inggris nama *muffin* sendiri belum diketahui asal usulnya namun ada kemungkinan berasal dari kata *low german muffe* yang berarti kue. Kata tersebut dipublikasikan di Inggris di tahun 1703 dan Hannah Glasse di tahun 1747 menuliskan resep *muffin* di buku resepnya.

11. Jenis konsep yang dipilih

The Muff's diklarifikasikan sebagai *bakery* yang mengutamakan penjualan *muffin* dan minuman yang bervariasi. Fasilitas yang ditawarkan oleh The Muff's juga tergolong sangat menarik. Konsumen dapat bersantai di sofa sambil menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan serta diberikan juga fasilitas internet sehingga konsumen semakin merasa nyaman selama berada di The Muff's. The Muff's merupakan *bakery* dengan jenis pelayanan *single point service*, dimana konsumen memesan *muffin*, minuman, dan langsung melakukan

pembayaran di *counter* yang disediakan. Jenis menu yang digunakan The Muff's adalah *limited menu* dikarenakan The Muff's hanya menjual jenis makanan berupa *muffin* yang memiliki berbagai rasa, baik itu *muffin* yang memiliki rasa manis maupun *muffin* yang memiliki rasa asin. Selain itu dalam hal interior, The Muff's menggunakan desain yang bertema klasik modern yang divariasikan dengan paduan warna putih dan coklat.

