

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Perkembangan bisnis makanan dan minuman beberapa tahun belakangan ini menjadi sebuah gagasan awal ditulisnya studi kelayakan bisnis ini. Banyak restoran, *coffee shop*, *café*, *bar*, dan *dessert place* dibuka untuk memenuhi keinginan masyarakat yang besar akan tempat untuk makan dan minum, Namun belakangan ini fungsi dari tempat-tempat seperti ini sudah berubah menjadi sebuah gaya hidup baru, seperti tempat untuk bersosialisasi, berkumpul bersama, bersantai, menikmati suasana, tempat untuk bertemu, untuk urusan bisnis, dan lain sebagainya bagi sebagian besar masyarakat. Perkembangan ini membuat bisnis makanan dan minuman semakin banyak.

Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang terletak di Provinsi Banten. Sebagian besar wilayah Kota Tangerang Selatan merupakan dataran rendah dan memiliki topografi yang relatif datar dengan kemiringan tanah rata-rata 0 – 3% sedangkan ketinggian wilayah antara 0 – 25 m dpl. Melalui Surat Gubernur Banten Nomor 135/1436-Pem/2007 tanggal 25 Mei 2007 perihal Usulan Pembentukan Kota Tangerang Selatan dan Keputusan Gubernur Banten Nomor 125.3/Kep.353-Huk/2007 tanggal 25 Mei 2007 tentang Persetujuan Pembentukan Kota Tangerang Selatan (Web Portal Resmi Pemerintahan Kota Tangerang, 2011), luas wilayah Kota Tangerang Selatan yaitu 147,19 km² yang terdiri atas 7 (tujuh)

kecamatan, yaitu Kecamatan Serpong, Kecamatan Serpong Utara, Kecamatan Pondok Aren, Kecamatan Ciputat, Kecamatan Ciputat Timur, Kecamatan Pamulang, dan Kecamatan Setu, masing-masing dengan luas wilayah 2.404 Ha, 1.784 Ha, 2.988 Ha, 1.838 Ha, 1.543 Ha, 2.682 Ha, dan 1.480 Ha. Berikut merupakan daftar nama kecamatan dan kelurahan/desa Kota Tangerang Selatan.

TABEL 1
Nama Kecamatan dan Kelurahan/Desa Kota Tangerang Selatan

Kecamatan	Kelurahan / Desa
Setu	Kranggan, Kademangan, Babakan Muncul, Setu, Bakti Jaya
Serpong	Buaran, Rawa Buntu, Lengkong Gudang, Ciater, Serpong, L. Gudang Timur, Rawa Mekar Jaya, Cilenggang, Lengkong Wetan
Pamulang	Pondok Benda, Pondok Cabe Udik, Bambu Apus, Pamulang Barat, Pondok Cabe Ilir, Benda Baru, Pamulang Timur, Kedaung
Ciputat	Sarua, Sarua Indah, Cipayung, Jombang, Sawah, Sawah Baru, Ciputat
Ciputat Timur	Pisangan, Cempaka Putih, Rengas, Cirendeui, Rempoa, Pondok Ranji
Pondok Aren	Perigi baru, Pondok Pucung, Jurang Mangu Timur, Pondok Kacang Barat, Pondok Jaya, Pondok Karya, Pondok Kacang Timur, Pondok Aren, Pondok Betung, Perigi, Jurang Mangu Barat
Serpong Utara	Lengkong Karya, Pondok Jagung Timur, Paku Jaya, Jelupang, Pakulonan, Pondok Jagung, Paku Alam

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan (2012)

Kota Tangerang Selatan merupakan kota yang terus berkembang. Dengan laju pertumbuhan penduduk di tahun 2011 sebesar 3,60%, jumlah penduduk Kota Tangerang Selatan berjumlah 1.355.926 jiwa (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, 2012). Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, jumlah penduduk pada tahun 2010 berjumlah 1.290.233 jiwa dan mengalami peningkatan di tahun 2011 hingga berjumlah 1.335.926 jiwa, pertumbuhan penduduk yang terjadi dalam setahun tersebut sebesar 45.693 jiwa (3,54%)

Berikut merupakan data jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di kota Tangerang Selatan pada tahun 2011:

TABEL 2
Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Menurut Kecamatan
Kota Tangerang Selatan Tahun 2011

Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Setu	35.763	34.135	69.898
Serpong	72.187	73.243	145.430
Pamulang	151.104	147.980	299.084
Ciputat	102.410	98.855	201.265
Ciputat Timur	93.608	92.129	185.737
Pondok Aren	161.694	157.607	319.301
Serpong Utara	67.389	67.822	135.211
Total	684.155	671.771	1.355.926

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan (2012)

Berikut adalah data laju pertumbuhan penduduk di kota Tangerang Selatan:

TABEL 3
Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan Kota Tangerang
Selatan

Kecamatan	Jumlah	Laju Pertumbuhan
Setu	69.898	4,03
Serpong	145.430	4,42
Pamulang	299.084	3,05
Ciputat	201.265	3,27
Ciputat Timur	185.737	2,50
Pondok Aren	319.301	3,84
Serpong Utara	135.211	5,24
Total	1.355.926	3,06

Sumber: BPS Kota Tangerang Selatan (2012)

Menurut data di atas, pertumbuhan dari kecamatan Serpong Utara yang merupakan rencana dari lokasi dari *café* The Rolls, memiliki pertumbuhan laju penduduk yang paling tinggi. Ini dikarenakan kecamatan Serpong Utara yang sedang berkembang sangat pesat dan memiliki beberapa perumahan yang juga tengah berkembang.

Selain itu, Kota Tangerang Selatan memiliki perkembangan ekonomi yang sangat pesat. Berdasarkan Data BPS Kota Tangerang Selatan (2012), PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Tangerang Selatan tumbuh

sebesar 8,84%, lebih tinggi 2,34% dari PDB (Produk Domestik Bruto) Nasional sebesar 6,5%. Jika didasarkan atas harga konstan 2000, pada laju pertumbuhan PDBR, perdagangan, hotel dan restoran menempati peringkat ke dua setelah pengangkutan dan komunikasi dalam laju pertumbuhannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sektor perdagangan hotel dan restoran memiliki laju pertumbuhan yang pesat. Melihat perkembangan perdagangan, hotel, dan restoran yang sangat pesat, maka muncul sebuah ide bisnis yang berhubungan dengan makanan dan minuman yang memiliki nama The Rolls.

The Rolls sedikit banyak memiliki konsep yang hampir sama dengan J-Co dan Krispy Kreme, yaitu sebuah *café*. Menurut Spears dan Gregoire (2006), *café* merupakan restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan atau minuman dan merupakan tempat untuk mendapatkan ketenangan atau sekedar bersantai. Yang membedakan The Rolls dengan *café* lainnya adalah produk utama yang disediakan, yaitu *egg-roll*. Munculnya produk *egg-roll* ini memang telah lama, namun dengan inovasi yang The Rolls lakukan dengan memberikan *filling*, *egg-roll* yang disajikan akan memiliki rasa yang berbeda.

The Rolls direncanakan berlokasi di kawasan Alam Sutera, Serpong, tepatnya di Mall @Alam Sutera. Kawasan ini merupakan kawasan yang sedang berkembang pesat dari segi properti dan fasilitas, serta memiliki akses yang mudah, dekat dan strategis dari kawasan Jakarta dan sekitarnya. Mall @ Alam Sutera sendiri merupakan pusat hiburan dan *lifestyle* baru di kawasan tersebut. Banyaknya terdapat pengunjung mal tersebut membuat

lokasi ini cukup baik dan tepat untuk menjalankan bisnis ini. Selain itu, banyak kawula muda yang suka *hang out* di daerah ini untuk makan dan minum atau pun hanya untuk sekedar bersantai dan bersosialisasi menjadi target pasar yang tepat bagi The Rolls. Idealnya bisnis ini akan dimulai pada kuartar awal tahun 2014.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Menurut Barringer (2009: 53) studi kelayakan adalah:

The process of determining if a business idea is viable.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat dijabarkan bahwa studi kelayakan bisnis merupakan aktivitas untuk mengetahui apakah ide bisnis layak untuk dilanjutkan atau tidak. Kelayakan akan dinilai dari segi gagasan, konsep, operational, tingkat keuntungan, hingga tingkat pengembalian investasi awal.

Tujuan studi kelayakan bisnis yang dilakukan terhadap usaha ini secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu, tujuan utama dan sub tujuan. Berikut merupakan tujuan-tujuan tersebut:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Tujuan utama dari studi kelayakan akhir yang dilakukan terhadap rencana bisnis ini, yaitu:

- a. Mendatangkan keuntungan bagi pemilik dan para investor.
- b. Menganalisis apakah rencana bisnis ini layak untuk dijalankan atau tidak.
- c. Menganalisis aspek-aspek yang memengaruhi rencana bisnis ini, seperti aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis, aspek manajemen,

serta aspek finansial.

- d. Membantu pemilik dan kreditur rencana bisnis ini untuk mengurangi risiko kerugian dalam penanaman modal.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Sub tujuan dari studi proyek akhir ini adalah:

- a. Membantu membuka lapangan pekerjaan baru,
- b. Memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar,
- c. Memperkaya keunikan di bidang bisnis usaha makanan dan minuman dengan inovasi baru.

C. Metodologi

Untuk memperoleh hasil analisis yang akurat, *reliable*, dan dapat dipercaya, dibutuhkan data yang juga akurat dan *reliable*. Menurut Sekaran dan Bougie (2010: 180) pengumpulan data dapat dilakukan melalui sumber primer atau sekunder. Kedua sumber ini dibutuhkan untuk memperoleh data dalam penulisan studi ini:

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2010:180), data primer adalah

Information obtained first-hand by the researcher on the variables of interest for the specific purpose of the study.

Menurut pengertian di atas, data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari tangan pertama untuk tujuan penelitian. Dengan kata lain, data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber yang terkait. Data primer dapat berupa pendapat seseorang atau kelompok, hasil observasi, kejadian, kegiatan, serta hasil pengujian.

Dalam studi kelayakan bisnis ini, cara yang digunakan adalah dengan menyebar kuisioner dan observasi langsung.

a. Metode Survei dengan Kuisioner

Metode survey dengan kuesioner dilakukan dengan cara disebarakan kepada responden yang sudah disegmentasikan sesuai target dan lokasi dari The Rolls. Penyebaran kuesioner menggunakan salah satu tipe dari *non probability sampling*, yaitu *convenience sampling*. Metode ini memilih responden secara acak karena responden berada di tempat yang tepat pada waktu yang tepat, salah satu contohnya adalah pengunjung Mall @ Alam sutera.

b. Observasi Langsung

Observasi dilakukan pada beberapa usaha makanan dan minuman yang terletak di Mall @ Alam Sutera yang memiliki konsep yang hampir sama. Melalui observasi ini, dapat diketahui keadaan lingkungan sekitar, potensi pelanggan, kelebihan dan kekurangan pesaing, dan juga merupakan tolak ukur usaha makanan minuman di lingkungan tersebut.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2010: 180):

Secondary data is gathered from existing sources such as internal organization reports & records, published government records (e.g., SEC filing), statistical data, census data, business documents, periodicals and journal (literature survey), dissertation, unpublished manuscripts.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung. Data sekunder dapat menambah keaktualan data yang dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya

di perpustakaan, perusahaan-perusahaan, organisasi-organisasi perdagangan, biro pusat statistik, dan kantor-kantor pemerintah, koran, majalah, dan juga melalui internet.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

Menurut Walker (2009: 37), 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, travel; lodging; conventions, expositions, meetings, events; restaurants, managed services; assembly, destination and event management; and recreation.

Berdasarkan kutipan di atas dapat diartikan bahwa pariwisata adalah kekuatan konsumen yang dinamis, berkembang, dan merupakan industri terbesar di dunia atau kumpulan dari beberapa industri, di mana semua komponen saling terkait berada dalam satu naungan: pariwisata, perjalanan; penginapan; konvensi, eksposisi, pertemuan, *events*; restoran, pengelola jasa; manajemen *event* dan tempat tujuan; dan rekreasi. Kegiatan wisata juga dilakukan secara sukarela yang bersifat sementara ke tempat tertentu yang dianggap menarik untuk dikunjungi. Sekarang ini, kegiatan wisata menjadi suatu kebutuhan setelah disibukkan oleh berbagai urusan pekerjaan dan rutinitas yang dijalani setiap hari.

Menurut Walker (2009, 594), destinasi adalah

A location where travelers choose to visit and spend time.

Suatu tempat dapat dikatakan destinasi bilamana tempat tersebut menjadi pilihan orang yang berpergian untuk tinggal sementara dan menghabiskan waktu. Daya tarik suatu destinasi sangat ditentukan oleh tujuan seseorang berpergian dan selera masing-masing orang. Suatu

destinasi berfokus pada fasilitas dan layanan yang diberikan agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan dari pengunjung. Beberapa komponen yang termasuk di dalamnya adalah atraksi, amenitis, daya jangkau suatu tempat, dan layanan penunjang lainnya.

Menurut Dr. Moh. Liga Suryadana (2009), wisata kuliner adalah wisata yang menyediakan berbagai fasilitas pelayanan dan aktivitas kuliner yang terpadu untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang dibangun untuk rekreasi, relaksasi, pendidikan, dan kesehatan. Sebagai suatu destinasi,

Pengertian Restoran Menurut Walker (2009:202), *restaurant* berasal dari kata *restore of energy* yang berarti memulihkan energi. Restoran merupakan bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari manusia karena manusia merupakan makhluk sosial membutuhkan beberapa waktu dalam satu minggu untuk bersosialisasi seperti makan dan minum dengan sesamanya. Restoran selain menawarkan makanan dan minuman namun juga dijadikan tempat untuk bersantai dan menikmati waktu bersama keluarga, teman, atau rekan bisnis.

Menurut Chon dan Maier (2010: 202), restoran terbagi atas beberapa macam kategori, yaitu:

1. *Fine Dining*

Fine dining restaurant merupakan restoran yang memiliki tingkat perlengkapan tata meja yang tinggi, peralatan makan dan minum yang lengkap, dekorasi serta hidangan makanan yang terlihat mahal. Biasanya tata meja dalam restoran ini menggunakan taplak meja berwarna putih dengan perlengkapan makan dan minum yang

disesuaikan dengan menu yang ada, oleh karena itu restoran ini biasa disebut *white tablecloth*. Restoran *fine dining* ditujukan untuk orang-orang yang berpendapatan menengah ke atas karena restoran jenis ini biasanya menawarkan harga makanan dan minuman relatif cukup mahal. Contoh: Emilie - Senopati

2. *Theme Restaurant*

Restoran jenis ini memberikan pengalaman lain dalam menikmati makanan dan minuman yang disajikan. *Theme restaurant* memberikan suasana yang elegan dan memiliki tema tersendiri. *Theme restaurant* tidak mengedepankan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan untuk pelanggan, melainkan tema yang diciptakan dapat membantu restoran tersebut untuk tetap mendapatkan perhatian dari tamu. Contoh: Mad of Garlic – Grand Indonesia.

3. *Casual Dinner Houses*

Restoran ini memiliki target pasar dengan berpendapatan tingkat menengah dimana pelanggan menghindari harga yang tinggi dan formalitas yang ditawarkan oleh *fine dining restaurant*. Restoran dengan jenis ini memberikan suasana yang nyaman dan biasanya dipadukan dengan konsep dari *theme restaurant*. Contoh: Social House – Grand Indonesia.

4. *Ethnic Restaurants*

Restoran ini memiliki unsur etnik khusus di dalam menu makanan dan minuman yang ditawarkan serta dekorasi yang diberikan. Biasanya restoran dengan jenis etnik terdapat di lokasi dimana terdapat banyak

orang dari budaya tertentu. Contoh restoran dengan jenis etnik, yaitu *Japanese restaurant*, *Chinese restaurant*, dan lain sebagainya.

Contoh: Lai Ching – Four Seasons Kuningan.

5. *Family Restaurant*

Memiliki menu yang dapat dinikmati oleh keluarga termasuk anak-anak dan orang dewasa. Restoran dengan jenis seperti ini tidak memiliki tema dan tidak menyediakan minuman beralkohol. Contoh: Pizza Hut.

6. *Grill/Buffer*

Restoran ini merupakan *steakhouse* yang menggunakan *buffer* sebagai pelayanannya. Konsep *buffer* membuat para tamu dapat mengambil jumlah makanan sebanyak yang diinginkan. Restoran ini dapat menekan *budget* dari rendahnya biaya operasional karena tamu mengambil makanannya sendiri tanpa dilayani oleh *waiter*. Contoh: The Café – Hotel Mulia.

7. *Quick Service*

Biasa disebut juga dengan *fast food*. Restoran jenis ini sedang banyak berkembang. Restoran ini biasa menawarkan menu yang terbatas dengan harga yang relatif murah, dekorasi yang sederhana dan memiliki korner yang fungsinya untuk memesan dan mengambil makanan yang dipesan. Contoh: Mc. Donald's

8. *Neighborhood/Third Place*

Restoran ini pertama kali dipelopori oleh Ray Oldenburg. Setiap tempat yang memiliki *first place* yang merupakan rumahnya, *second*

place yaitu tempat dimana Ia bekerja, dan *third place* dimana orang berkumpul untuk melakukan interaksi di luar rumah dan tempat kerjanya. Restoran dengan jenis ini memberikan alternatif untuk mengatasi tekanan kerja dan kesepian yang sering terjadi pada masyarakat di pinggiran kota. Contoh: J-Co.

9. *Coffee Houses*

Merupakan sebuah jenis bisnis makanan dan minuman yang sedang berkembang. Jenis ini biasanya memberi kesan sebagai *third place*, tempat tamu dapat berinteraksi, membaca buku atau koran sambil menikmati hidangan kopi yang ditawarkan. Contoh: Starbucks.

10. *Catering*

Merupakan usaha yang melayani pemesanan makanan dan minuman dalam jumlah banyak untuk kegiatan acara pesta atau acara tertentu. Contoh: Ismaya Catering Group.

Pada umumnya semua jenis-jenis restoran diatas menyediakan menu hidangan penutup atau *dessert*.

Menurut Brotherton dan Wood (2008:425-428), restoran dapat di kategorikan berdasarkan 2 tipe *operational service* yaitu:

1. *Full Service Operation*

a. *Dinner Houses*

Dinner Houses merupakan kategori restoran yang memiliki tingkat servis yang paling lengkap. Biasanya memiliki beberapa karakteristik unggulan yaitu *full table service* dan pengaturan serta dekorasi tempat yang nyaman. Contoh: Tin Pan Alley –

UOB Building.

b. *Family Restaurant*

Sebuah restoran yang mewakili segment yang sedikit lebih kecil namun merupakan salah satu aspek penting dari *quick service restaurant* dan *dinner houses*. Seperti namanya, restoran jenis ini lebih mengutamakan segmen keluarga dengan memiliki beberapa fasilitas berupa akomodasi untuk anak-anak, pilihan menu yang cukup bervariasi, dan minuman tanpa kandungan alkohol. Contoh: Pizza Hut.

c. *Fine-dinning*

Segment pada *Fine-dining restaurant* lebih kepada menunjukkan sebuah keglamoran gaya hidup dibandingkan dengan restoran pada umumnya. *Fine-dining restaurant* digambarkan oleh *high level service*, dan produk makanan yang lebih *superior*. Dengan adanya tantangan dari pergerakan *trend* yang dilakukan oleh restoran *casual* lainnya, restoran ini dapat terus bertahan sebagaimana biasa para pelanggannya menggunakan restoran ini sebagai tempat *business meeting*, acara khusus, dan acara perayaan lainnya. Contoh: Cassis - Jakarta Pusat

d. *Other Full Service Operations*

Selain beberapa Restoran *Full-service* yang disebutkan diatas, ada juga beberapa restoran sejenis yang bermunculan, tetapi restoran-restoran tersebut masih tetap dapat dikategorikan seperti jenis restoran di atas.

2. *Limited-Service Operations*

a. *Quick-service*

Segmen *quick service*, yang dulu disebut makanan cepat saji (*fast-food*), adalah salah satu bentuk *service* yang mengubah cara dunia luas mengonsumsi makanan seperti yang terdapat di Amerika Utara, yaitu dengan format layanan yang cepat.

Contoh: Burger King

b. *Fast-casual*

Restoran bertipe ini memiliki tingkat *service* yang sedikit lebih tinggi, pilihan menu yang sedikit lebih beragam, dan pengeluaran pelanggan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan *quick service*. Restoran ini berada di antara restoran *quick service* dan *family restaurant*. Contoh: Pepper Lunch.

c. *Coffee Shops*

Coffee shops merupakan sebuah tempat yang fokus kepada minuman berbasis kopi sebagai menu utamanya. *Coffee shops* memiliki kapasitas tempat duduk yang sedikit dan tidak menjual minuman beralkohol. Contoh: Dante Coffee.

d. *Kiosks and Stalls*

Kiosks dan *Stalls* merupakan tipe *foodservice operation* yang paling kecil dan sederhana. Dengan banyaknya jumlah dari jenis restoran ini, serta beraneka ragam bentuknya, dapat memasuki banyak segmen yang ada di seluruh dunia. Contoh: Aunt Anne.

e. *Cafeterias and Buffets*

Cafeterias adalah sebuah tempat makan komersial di mana para pelanggan memilih makanan dari belakang *counter* dan dilayani oleh seorang karyawan. *Buffets* adalah tempat makan komersial di mana para tamu melayani diri sendiri dengan mengambil makanan sendiri di prasmanan. Contoh: American Grill.

f. *Other limited-service restaurant*

Pada bagian terakhir ini, ada terdapat beberapa klasifikasi penting lainnya yang secara umum masih termasuk ke dalam *limited-service sector* yaitu:

- 1) Toko roti (*Bakeries*), yang biasanya terdapat banyak di Eropa, berspesialisasi pada produk roti dan juga menyediakan minuman. Contoh: Bread Live.
- 2) *Pubs* (*Public Houses*) yang menyediakan minuman beralkohol dan *pub fare*. Contoh: Tribeka - Kuningan.
- 3) *Pizza restaurant*, dimana para restoran ini menyediakan pizza dan beberapa menu lainnya yang dapat dipesan di-*counter* dan dapat langsung dibawa pulang. Contoh: Dominos Pizza.

Bersama beberapa jenis restoran ini, *Limited-service restaurant* mempresentasikan segmen yang luas pada pasar tertentu.

Menurut Cousins & Lilicrap (2010:11) pada dasarnya para konsumen yang memasuki area tempat makan akan memesan makanan dan minuman yang kemudian makanan dan minuman tersebut akan dihidangkan kepada konsumen atau tamu yang memesan. Dengan demikian, terdapat lima jenis

tipe dalam melayani makanan dan minuman yaitu:

a. *Table Service*

Table Service merupakan sistem pelayanan makanan dan minuman dimana tamu hanya duduk di depan meja makan kemudian makanan dan minuman tersebut diantarkan oleh *waiter* ke meja tamu tersebut.

Contoh: Lyon – Mandarin Oriental Jakarta.

b. *Assisted Service*

Assisted Service merupakan suatu sistem layanan restoran di mana para tamu yang datang biasanya duduk di depan *counter* dan langsung memesan makanan dan minuman di *counter* tersebut. Apabila makanan dan minuman yang dipesan sudah siap maka akan disajikan kepada tamu di atas *counter*. Petugas yang menyajikan makanan dan minuman tersebut bisa saja *waiter/waitress* atau langsung dari juru masaknya. *Counter* merupakan meja panjang yang membatasi 2 ruangan yaitu area dapur dan area restoran. Contoh: Pepper Lunch.

c. *Self Service*

Self Service merupakan sistem pelayanan restoran yang di mana semua makanan secara lengkap tertata rapi secara prasmanan sehingga para tamu dapat dengan bebas mengambil makanan yang tersedia.

Contoh: Asia – The Ritz Carlton – Kuningan.

d. *Single Point Service*

Single point service merupakan sistem pelayanan makanan dimana para tamu dapat memesan secara langsung makanan di *counter* tersebut yang kemudian langsung dibayar pula di *counter* tersebut.

Setelah makanan tersebut telah selesai dibuat, tamu dapat memakannya di tempat tersebut maupun dapat langsung di bawa pulang. Contoh: Domino's Pizza.

e. *In Site Service*

In Site Service merupakan sistem layanan di mana tamu dapat memesan makanan dan minuman melalui menu yang telah disediakan, kemudian setelah pesanan siap makan dapat langsung dibawa pulang oleh tamu. Contoh: PHD (Pizza Hut Delivery)

Dalam budaya di seluruh dunia, *dessert* biasanya disajikan pada akhir makan, biasanya terdiri dari makanan manis. Kata *dessert* berasal dari bahasa Perancis *desservir*, yang artinya adalah “melayani” atau “membersihkan meja”. Selain itu menurut Ekawatiningsih, Komariah, dan Purwanti (2008: 317), *dessert* adalah hidangan yang disajikan setelah hidangan utama sebagai hidangan penutup atau biasa disebut dengan istilah pencuci mulut. *Dessert* biasanya mempunyai rasa manis dan menyegarkan, terkadang ada juga yang berasa asin atau kombinasinya. Pada awalnya hidangan *dessert* berupa buah-buahan segar tanpa proses pengolahan. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, hidangan *dessert* mulai bervariasi dengan mengambil dasar (*basic*) dari beberapa hidangan, seperti *cake*, *ice cream*, *pie*, dan sebagainya yang dikombinasikan dengan *sauce*, *buah*, *syrup*, *cream*, atau perpaduan antara bahan dasar, sehingga menciptakan hidangan *dessert* yang lezat dan menarik. Klasifikasi *Dessert* Menurut Ekawatiningsih Ekawatiningsih, Komariah, dan Purwanti (2008:

317), secara garis besar *dessert* dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu:

a. *Cold Dessert*

Cold dessert adalah *dessert* yang disajikan pada suhu dingin. Walaupun disajikan pada suhu dingin tidak menutup kemungkinan proses pengolahannya melalui proses pemanasan sebelum disajikan secara dingin. Contoh: Mango Sorbet.

b. *Hot/Warm Dessert*

Hot/warm dessert adalah *dessert* yang disajikan pada temperatur panas atau hangat. Contoh: Chocolate Lava.

E. Aplikasi Konsep

Rencana usaha yang direncanakan dalam studi kelayakan bisnis ini adalah pembuatan sebuah *cafe* yang bernama The Rolls. Konsep dari The Rolls adalah sebuah *café* yang menyediakan berbagai produk *dessert*, dengan produk utama yaitu *egg-roll* yang diinovasikan sehingga memiliki berbagai rasa. Dengan menganut sistem operasional *quick service* yang dipadukan dengan jalur antrian, para pelanggan The Rolls dapat leluasa melihat dan memilih produk yang diinginkan. Selain itu, The Rolls juga menawarkan suasana yang *elegant* namun *casual*, seperti interior ruangan didominasi warna putih, dan hitam, dimana warna-warna tersebut memberikan nuansa yang menenangkan serta *elegant*. Dilengkapi dengan *sofa* membuat The Rolls dapat memberikan lokasi yang nyaman untuk dikunjungi.