

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.

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

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

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang (2020)

Berdasarkan Tabel 1, pengeluaran rata-rata masyarakat di Kabupaten Tangerang pada tahun 2018 sampai 2019 lebih besar untuk kelompok produk makanan dibandingkan kelompok bukan makanan, yaitu sebesar Rp 693.653 pada 50,82% di tahun 2018 dan meningkat di tahun 2019 menjadi Rp 705.529 pada 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, Makanan dan Minuman	7,66	8,39	8,71	9,22
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	<i>Real Estate</i>	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 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
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, persentasi tingkat konsumsi masyarakat untuk produk makanan dan minuman jadi adalah sebesar 99,23%. Selain itu, tingkat konsumsi kue kering/biskuit/semprong juga memiliki persentase yang cukup tinggi sebesar 45,79%, sementara kue basah adalah sebesar 60,74%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki tingkat permintaan yang cukup tinggi untuk kue kering 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. Wilayah Tangerang Raya dibagi menjadi tiga daerah otonom, yaitu Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, dan Tangerang Selatan. Kabupaten Tangerang dapat tergolong memiliki laju pertumbuhan tertinggi kedua setelah Kota Tangerang Selatan. Dapat dilihat dari data diatas, pertumbuhan penduduk yang terus meningkat akan berpengaruh terhadap minat pelanggan. Oleh karena itu, Kabupaten Tangerang khususnya wilayah Gading Serpong yang sedang berkembang menjadi pilihan yang tepat untuk bisnis Lokaloo Dessert Café.

Menurut Wachyuni et al. (2020), makanan penutup atau *dessert* memiliki peran terpenting dalam menu sebuah restoran dan *café*. Saat ini, *dessert* tidak hanya berperan sebagai menu pelengkap saja, tetapi bahkan menjadi menu utama dalam sebuah *café* atau restoran yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja.

Kuliner tradisional adalah makanan yang berasal dari sekelompok masyarakat pada suatu daerah, telah ada secara turun temurun, dan menjadi ciri khas dari daerah tersebut. Menurut Hans (2019), jajanan pasar adalah salah satu sajian kuliner tradisional Indonesia yang biasanya dijumpai di pasar tradisional. Jajanan pasar merupakan makanan yang masih banyak diminati oleh masyarakat walaupun terdapat banyak ragam kreasi baru karena memiliki rasa yang khas dan sesuai dengan lidah orang Indonesia. Jajanan pasar sendiri pun memiliki jenis yang beragam, mulai dari yang manis hingga yang gurih, ada pula yang kering dan basah. Di zaman yang telah modern seperti ini, kebanyakan jajanan pasar masih dipasarkan

secara konvensional, yakni dengan hanya diperjual belikan di pasar-pasar tradisional.

Menurut Mayasari et al. (2021), kebiasaan masyarakat mengkonsumsi variasi makanan jajanan pasar tentu tidak sekedar dilihat dari jenis produk, harga dan tempat penjualan namun juga selera yang dapat menentukan konsumen dalam memilih variasi jajanan pasar. Apalagi saat ini tersedia aneka ragam jajanan yang bernuansa modern, tentu sangat mempengaruhi pilihan jajanan yang dijual di berbagai tempat, baik di pasar tradisional maupun *supermarket* atau *mall*. Keanekaragaman bahan maupun tampilan jajanan pasar menunjukkan bahwa berbagai jenis jajanan pasar masih diminati masyarakat, walaupun wujud tampilan, warna, serta berbagai atribut yang ada berubah saat ini. Dengan mempelajari perubahan-perubahan yang terjadi pada variasi konsumsi dan selera masyarakat, dapat dilihat bahwa pengusaha dapat melakukan pengembangan produk baru. Adapun produk baru tersebut dapat berupa produk yang cenderung lebih modern, berorientasi pada bentuk yang lebih cantik atau praktis, dan secara umum lebih berkualitas. Selain itu harga yang lebih dapat terjangkau juga merupakan daya tarik jajanan pasar.

Menurut Mayasari et al. (2021), jajanan pasar dikelompokkan dalam tiga kategori berdasarkan pengolahannya. yaitu jajanan basah, semi basah dan kering. Jajanan basah dan semi basah memiliki ciri khas tersendiri yaitu berbahan dasar tepung beras, gula aren, parutan kelapa, dan santan. Jajanan basah adalah jajanan yang biasanya dijadikan hidangan penutup atau takjil bagi masyarakat Indonesia karena berkuah seperti minuman dan bertekstur kenyal, seperti cendol, kolak, es campur, es doger, serabi kinca, putu mayang, putri mandi, dan bubur sumsum.

Jajanan semi basah adalah jajanan yang bertekstur lembut, empuk dan relatif basah atau lembab karena jajanan ini diolah dengan cara dikukus atau direbus, namun ada juga yang dipanggang. Contoh jajanan semi basah diantaranya klepon, talam ubi, nagasari, kue apem, getuk lindri, pai susu, onde-onde, putu ayu, martabak manis, talam teri, bolu tapai, dan cente manis. Jajanan kering adalah istilah yang digunakan untuk menyebut jajanan pasar yang teksturnya renyah karena diolah dengan cara dipanggang atau digoreng, seperti risol, lumpia, martabak telur, lempeng, semprong, nastar, sagu keju, kue semprong, dan kastengel.

Namun, masa sekarang ini mulai adanya perubahan minat pasar ke hidangan yang lebih modern sehingga nilai tradisional itu hilang dan tidak lagi memiliki keunikan, sehingga mengakibatkan jajanan pasar tergeser oleh kemajuan zaman. Padahal, sentra kuliner tradisional bisa dijadikan aset untuk pembangunan dalam bidang pariwisata yang saat ini sedang berkembang dan mampu membuka peluang bisnis di bidang jajanan pasar tersebut, karena selain jajanan pasar memiliki berbagai keunikan dan mengandung unsur tradisi di dalamnya yang bisa dilestarikan, jajanan pasar juga mampu dijadikan aset budaya dan pariwisata. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk melestarikan jajanan tradisional diantaranya adalah berinovasi dengan varian jajanan pasar dan diolah menjadi produk yang sedang diminati generasi saat ini sehingga kekayaan kuliner Indonesia akan terus dikenal dan disukai.

Berdasarkan data-data yang telah terkumpul, bisnis yang ingin dijalankan adalah bisnis *dessert café* yang bernama Lokaloo Dessert Café yang memiliki keunikan tersendiri, yaitu: menjual makanan penutup dan minuman dengan cita rasa kuliner khas Indonesia, khususnya jajanan pasar tradisional. Aneka sajian kuliner

Indonesia yang beragam adalah cerminan tradisi dan budaya Indonesia dari tiap daerah sepanjang nusantara yang memegang peran penting bagi budaya Indonesia. Saat ini, makanan dan minuman tradisional mulai populer dikalangan turis asing maupun domestik, dan dikenal secara luas hingga ke mancanegara.

Lokaloo Dessert Café yang berlokasi di Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. 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. Wilayah ini adalah salah satu lokasi yang sedang berkembang dan dikunjungi oleh banyak masyarakat dengan tersedianya fasilitas kampus, sekolah, pusat perbelanjaan, rumah sakit, kompleks perumahan, juga akses tol yang memadai. Dalam rangka beradaptasi dengan kondisi masa kini akibat pandemi *Covid-19*, Lokaloo Dessert Café tidak hanya menyediakan layanan *dine-in* dan *take away*, namun juga bekerjasama dengan aplikasi *online* untuk menarik konsumen.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan Lokaloo Dessert Café sangatlah penting untuk mengetahui dan mempelajari bisnis tersebut. Bisnis Lokaloo Dessert Café memiliki tujuan yang terdiri dari tujuan utama (*Major Objectives*) dan sub tujuan (*Minor Objectives*). Berikut merupakan tujuan utama (*Major Objectives*) dari Lokaloo Dessert Café:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk menganalisis dan memastikan permintaan dan penawaran, menentukan segmentasi, target dan posisi bisnis dalam pasar, bauran pemasaran, ekonomi, sosial, hukum, lingkungan hidup dan teknologi yang diterapkan Lokaloo Dessert Café.

2. Aspek Operasional

Aspek operasional bertujuan untuk menganalisis dan memastikan jenis aktivitas dan kebutuhan fasilitas, kebutuhan peralatan, teknologi yang diterapkan Lokaloo Dessert Café.

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Aspek organisasi dan sumber daya manusia bertujuan untuk menganalisis dan memastikan struktur organisasi, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dan aspek legal yang diterapkan Lokaloo Dessert Café.

4. Aspek Keuangan

Aspek keuangan bertujuan untuk menganalisis dan memastikan sumber dana yang dibutuhkan, biaya operasional, laporan laba rugi, arus kas, analisis *break event point*, dan manajemen risiko yang dimiliki Lokaloo Dessert Café.

Berikut merupakan sub tujuan (*Minor Objectives*) dari Lokaloo Café:

1. Membuka lapangan pekerjaan baru dalam sektor makanan dan minuman bagi masyarakat yang berada di sekitar area usaha.
2. Memberikan pelayanan dan fasilitas yang memuaskan kepada konsumen dalam masa pandemi *Covid-19*.
3. Memberikan pengalaman baru bagi para konsumen pecinta hidangan penutup sekaligus melestarikan kuliner tradisional Indonesia.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis ini, Lokaloo Dessert Café 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), pengumpulan data primer dapat diperoleh dengan beberapa cara, yaitu:

a. Metode Survei dengan Kuesioner

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:

- a. *Personally administered questionnaires* merupakan kuesioner yang disebarkan secara langsung oleh peneliti sehingga waktu pengumpulannya relatif singkat.
- b. *Mail and electronic questionnaires* merupakan kuesioner yang disebarkan melalui perantara perangkat elektronik seperti *e-mail*, dan lain-lain. Cara ini mencakup wilayah yang luas serta responden dapat mengisi kuesioner tersebut dimana dan kapan saja.

Menurut Sugiyono (2017, hal. 121), populasi adalah generalisasi wilayah yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan. Target populasi Lokaloo Dessert Café adalah remaja hingga dewasa dengan status sosial menengah hingga menengah ke atas. Setiap elemen dalam populasi dapat dijadikan sebagai dasar dalam menentukan sampel. Terdapat dua jenis pengambilan sampel, yaitu:

1) *Probability sampling*

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*

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*

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*

Stratified random sampling adalah metode pengambilan sampel dengan mengidentifikasi populasi kedalam kelompok yang memiliki tingkatan yang berbeda-beda.

d) *Cluster sampling*

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*

Convenience sampling adalah metode pemilihan sampel dengan bebas dalam suatu populasi dan memiliki keuntungan, yaitu: data yang diperoleh cepat dan mudah.

b) *Purposive sampling*

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 Lokaloo Dessert Café adalah *mail and electronic questionnaires* dengan teknik pengumpulan sampel dengan *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*.

Menurut Hair et al. (2019, hal. 100), total kuesioner yang disebarkan untuk mendapat ukuran sampel harus berjumlah lima kali lipat dari jumlah pertanyaan yang terkait 8Ps (*Product, Price, Place, People, Promotion, Partnership, Programming, dan Packaging*).

Skala yang digunakan dalam penelitian kuesioner ini adalah dengan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017, hal. 93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Macam-macam skala tersebut dapat berupa skala nominal, skala ordinal, skala rasio, dan skala interval dimana akan

menghasilkan data nominal, ordinal, rasio, dan interval.

Skala *likert* yang digunakan yaitu skala *likert* enam angka, agar tidak ditemukan pilihan yang netral. Data yang akan didapat dari responden akan diolah dalam bentuk persentase dan nilai rata-rata, hasil olahan data tersebut dapat digunakan untuk menilai baur pemasaran yang dimiliki oleh Lokaloo Dessert Café.

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, dilakukan observasi untuk mendapatkan data mengenai lingkungan sekitar lokasi Lokaloo Dessert Café.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017, hal. 137), data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan hanya mendukung data primer yang menunjang penelitian seperti buku, literatur, dan bacaan lainnya. Data sekunder yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Lokaloo Dessert Café 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. Sedangkan uji reliabilitas adalah suatu pengukuran yang mengidentifikasi tidak ada bias dan memastikan alat

pengukuran konsisten berdasarkan waktu dan instrumen. Dalam uji reliabilitas akan digunakan *cronbach's alpha* yaitu koefisien reliabilitas yang menunjukkan korelasi antara variabel dalam kuesioner, berikut merupakan pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas:

- a. *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ = Reliabilitas buruk (lemah).
- b. *Cronbach's Alpha* $0,60 - 0,80$ = Reliabilitas diterima (cukup).
- c. *Cronbach's Alpha* $> 0,80$ = Reliabilitas baik.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Industri Pariwisata

Industri pariwisata terdiri dari bermacam – macam komponen yang diperlukan oleh wisatawan dan merupakan salah satu industri terbesar didunia. Menurut Walker (2017, hal. 399), industri pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di seluruh dunia yang pergerakan dan perkembangannya berasal dari dorongan dan kebutuhan konsumen. Industri pariwisata terdiri dari beberapa kumpulan industri, yaitu penginapan, *meetings and events*, pariwisata dan perjalanan, restoran hingga rekreasi. Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa industri pariwisata merupakan rangkaian dari beberapa komponen dari produk hingga jasa yang diperlukan oleh wisatawan seperti tempat makan dan minum hingga taman hiburan.

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

Menurut Wearne & Morrison (2013), berdasarkan fungsinya, terdapat empat organisasi di industri pariwisata dan perhotelan:

a. Suppliers

Suppliers merupakan kelompok yang menyediakan dan mengakomodasikan

layanan agar dapat dijadikan suatu produk yang bisa dibeli secara langsung oleh *travel trade intermediaries* maupun pelanggan, contohnya layanan penyedia makanan atau restoran; akomodasi; jalur pelayaran; penyewaan mobil; atraksi dan acara; 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)*

DMO berperan dalam mempromosikan negara, kota, atau daerahnya kepada wisatawan dan perantara *travel trade intermediary*.

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

Independent restaurant adalah restoran dioperasikan langsung oleh pemilik restoran dan tidak terikat perusahaan. Menu dan konsep dari restoran itu sendiri dibuat fleksibel sesuai dengan pemilik.

b. Chain Restaurant

Chain restaurant adalah sekelompok restoran dengan konsep, pasar, desain, makanan, hingga layanan yang sama dengan banyak cabang lokasi berbeda. Salah satu keuntungan yang dimiliki *chain restaurant* adalah sudah memiliki sistem yang baik dan dikenal baik di pasar. Contoh: Bakmi GM.

c. Fine Dining Restaurant

Fine dining restaurant adalah restoran yang mengutamakan layanan terhadap tamunya dan menyajikan menu dan konsep yang berkelas dan mewah. Contoh: Amuz Gourmet Restaurant.

d. Celebrity Restaurant

Celebrity restaurant adalah restoran yang dibuat oleh artis atau publik figur yang biasanya kepopulerannya dinilai dari tingkat popularitas publik figur tersebut. Contoh: I am Geprek Benu – milik Ruben Onsu.

e. Steak Houses

Steak house adalah restoran yang berspesialisasi dalam hidangan *steak* menyediakan pilihan menu makananyang terbatas yaitu *steak*. *Steak house* modern mulai menambahkan varian tambahan jenis daging seperti daging ayam, domba, ikan, dan jenis *seafood* lainnya. Contoh: Abuba Steak.

f. *Casual Dining*

Casual dining adalah jenis restoran dengan suasana dan layanan yang bersifat kasual atau santai, dan menyajikan makanan dengan harga terjangkau. 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 jenis restoran yang menyajikan layanan, dekorasi, dan menu makanan khas budaya dan etnis tertentu. Contoh: Chuan Tin.

i. *Themed Restaurant*

Themed restaurant adalah restoran yang mengusung konsep tema tertentu dari segi dekorasi, bangunan, atau makanan dan minumannya untuk memberi suasana baru yang unik dan membuat pelanggan terpukau. Contoh: Take a Bite – Harry Potter.

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

Quick-service restaurant adalah restoran yang memberikan layanan penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat. Contoh: McDonald's.

k. *Sandwich Restaurant*

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

l. *Bakery Café*

Bakery café adalah restoran yang menyajikan aneka roti, *sandwich*, dan makanan penutup lainnya serta menyediakan kopi dan teh, juga menyediakan *dine-in area* agar pelanggan dapat duduk dan menikmati makanannya. Contoh: Tous le Jours, Auntie Anne's.

5. *Dessert House*

Menurut Gisslen (2017, hal. 283), *dessert house* adalah restoran dengan layanan tingkat atas yang menyediakan berbagai variasi makanan penutup manis yang dibuat sesuai dengan pesanan pelanggan (*made by order*) dimana pelanggan mampu menyesuaikan hidanganannya sesuai selera pribadi, serta menggunakan bahan berkualitas tinggi. *Dessert House* memfokuskan perhatian pelanggan pada menu hidangan penutup manis atau *sweet dessert* dari menu bercita rasa asin dan gurih. Contoh: Fanbakeit Dessert House.

6. *Café*

Menurut Cousins et al. (2014, hal. 4), *café* merupakan tempat yang menyediakan aneka makanan dan minuman dengan tingkat layanan yang terbatas, namun memiliki harga yang relatif menjangkau. Walau *café* mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk dikunjungi konsumen, varian makanan dan minuman yang dijual cenderung lebih sederhana dengan menu yang terbatas.

7. Klasifikasi Layanan

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

a. *Table Service*

Table service merupakan jenis layanan restoran dimana pelanggan

memesan hidangan ke pelayan, yang kemudian akan diantarkan dan disajikan di hadapan pelanggan. *Table service* terdiri dari empat jenis, yaitu:

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*

Jenis layanan dimana pelanggan akan berbagi makanan porsi besar yang disajikan sesuai jumlah pelanggan dalam di satu meja. Layanan ini kerap dijumpai di restoran keluarga. Contoh: May Star.

5) *Bar Counter*

Jenis layanan dimana tamu duduk di *bar counter* kemudian makanan dan minuman yang dipesan akan disajikan di atas *counter*. Contoh: Sushi Tei.

b. *Assisted Service*

Assisted service adalah jenis layanan *semi self-service*, dimana pelanggan mengambil makanan dan minumannya sendiri, namun menerima layanan di meja. Contoh: *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 *café*. Contoh: Ikea, Alam Sutera.

d. *Single Point Service*

Single point service adalah jenis layanan dimana pelanggan langsung memesan dan membayar pesanan di *counter*, lalu diterima secara langsung atau dibawa oleh pelayan. Berikut kategori *single point service*:

1) *Take Away Service*

Take Away Service adalah sistem layanan untuk pesanan makanan dan minuman yang dibawa pulang oleh tamu. 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 suatu sistem pelayanan yang memberikan makanan dan minuman dalam waktu singkat dan siap disantap. Contoh: KFC.

4) *Vending*

Penyediaan makanan dan minuman otomatis melalui sebuah mesin.

5) *Food Court*

Layanan di *food court* bersifat terbuka dan menawarkan menu yang bervariasi, dimana pelanggan memesan makanan di beberapa gerai atau *counter*. Contoh: Makan Sutra.

e. *Specialised Service*

Pada layanan ini, pelayan membawakan makanan dan minuman dimana tamu berada. Beberapa jenis *specialized service*, antara lain:

1) *Tray Service*

Makanan dan minuman dibawa menggunakan *tray* oleh pelayan, lalu makanan dan minuman tersebut diberikan kepada tamu secara bersamaan dengan *tray* tersebut. Contohnya adalah pelayanan di pesawat oleh pramugari atau pelayanan *room service* hotel.

2) *Trolley Service*

Pada layanan ini, makanan dan minuman disuguhkan menggunakan *trolley*. Contohnya adalah layanan *room service* hotel dan layanan di pesawat yang menggunakan *trolley* untuk mengantarkan makanan dan minuman.

3) *Home delivery Service*

Pada layanan ini makanan dan minuman diantar langsung ke rumah atau tempat kerja pembeli. Contoh: Pizza Hut Delivery.

4) *Lounge*

Layanan ini diberikan kepada tamu dengan menyediakan berbagai macam makanan dan minuman di *lounge area*. Contoh: *Hotel lounge*.

5) *Room Service*

Tamu melakukan pemesanan makanan di kamar kemudian pesanan makanan dan minumannya akan diantarkan, biasanya di kamar hotel.

Contoh: The Ritz Carlton.

6) *Drive-in*

Layanan ini memperbolehkan tamu untuk memesan makanan dan minuman dari dalam mobil, baik untuk makan di tempat yang sudah disediakan atau dibawa pulang. Contoh: Angke Restaurant.

8. Klasifikasi Menu

Menurut Walker (2017 hal. 278), menu merupakan peran penting untuk menentukan kesuksesan sebuah restoran. Menu yang dibuat harus sesuai dengan konsep restoran tersebut. Terdapat jenis-jenis menu, 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'hôte Menu*

Jenis menu yang menawarkan paket menu lengkap yang sudah ditetapkan dengan harga tetap yang terdiri dari makanan pembuka, sup, makanan utama, makanan penutup, serta kopi atau teh.

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 yang umum digunakan di restoran California, dimana pelanggan dapat memesan semua menu yang ada kapan saja.

f. *Cyclical Menu*

Jenis menu yang digunakan oleh restoran yang mengubah dan mengulang sejumlah menu dalam periode waktu yang ditentukan, seperti setiap empat minggu sekali.

9. *Dessert*

Makanan penutup atau *dessert* memegang peran penting di dalam menu suatu restoran dan *café*, seiring berkembangnya zaman, *dessert* tidak hanya dijadikan sebagai menu pelengkap yang hanya disajikan pada saat makan malam saja, namun sekarang *dessert* menjadi menu makanan utama di restoran dan *café* yang bisa dinikmati kapanpun (Wachyuni et al., 2020). Menurut Gisslen (2017, hal. 284), terdapat jenis-jenis *dessert*, yaitu:

a. *Pies*

Pie adalah jenis makanan penutup yang dibungkus dengan *pastry* kemudian dipanggang. Contoh: *apple pie*.

b. *Pastries*

Pastry diambil dari kata *paste* yaitu proses bercampurnya lemak, cairan, dan tepung. Terdapat jenis *pastries* yang penting adalah *yeast- raised pastry*, *pie dough*, *puff pastry* dan *éclair paste*.

c. *Cakes*

Cake adalah jenis *baked product* dengan rasa manis dan kaya. 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 putih telur.

f. *Frozen Desserts*

Frozen desserts terbagi menjadi dua, yaitu: *churn-frozen dessert* (*ice cream* yang terbuat dari susu, krim, gula, perisa dan terkadang telur, *sorbet* yang terbuat dari buah, gula, dan air) dan *still frozen dessert* (*parfait glace*, *souffle glace*, dan *semifreddos*)

10. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan tinjauan konseptual, Lokaloo Dessert Café adalah bisnis *café* yang khusus menyediakan makanan penutup (*dessert*) yaitu *sliced cake*, *tartlet*, dan

cookies dengan cita rasa kuliner khas Indonesia, seperti kolak, klepon, nastar, es campur, cendol, dan talam ubi, juga berbagai menu varian kopi, teh, jamu, dan aneka minuman lainnya. Bisnis ini mengusung tema *café* karena memiliki menu makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau, namun dengan variasi menu dan tingkat layanan yang terbatas. Nama Lokaloo berasal dari kata lokal karena varian makanan dan minumannya terinspirasi dari jajanan lokal dan menggunakan bahan baku lokal.

Selain *dessert* manis, Lokaloo Dessert Café juga menyediakan *savory dessert* atau makanan penutup asin dalam varian *tartlet*, diantaranya gulai ayam, risoles, martabak telur, dan rendang. Varian minuman Lokaloo Dessert Café juga bernuansa lokal, yaitu aneka jamu tradisional seperti beras kencur, kunyit asem, alang-alang, temulawak rempah, dan sereh telang, hingga susu jahe, bandrek, bajigur, dan kopi tubruk yang menggunakan biji kopi lokal asal Indonesia.

Jenis menu yang diterapkan oleh Lokaloo Dessert Café adalah *a la Carte menu* sehingga pelanggan dapat memilih dan memesan pilihan makanan dan minuman yang diinginkan secara terpisah dan Lokaloo Dessert Café juga menyediakan menu paket kepada pelanggan. Menu Lokaloo Dessert Café 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. Lokaloo Dessert Café berlokasi di Ruko Beryl Gading Serpong, Kecamatan Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten.

Jenis layanan yang digunakan oleh Lokaloo Dessert Café adalah *single point*

service dimana para pelanggan akan langsung memesan dan membayar di *counter* yang disediakan. Proses layanan yang dilakukan oleh Lokaloo Dessert Café 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 Lokaloo Dessert Café juga melakukan pengecekan suhu, memakai masker dan *face shield* serta menjaga kebersihan diri dan *café*. Lokaloo Dessert Café bekerja sama dengan jasa pesan-antar seperti Gofood dan Grabfood untuk memudahkan pelanggan jika ingin mengonsumsi produk yang dimiliki Lokaloo Dessert Café.

Lokaloo Dessert Café juga mendorong pembangunan berkelanjutan dengan cara melakukan upaya pengurangan penggunaan kemasan plastik digantikan produk yang ramah lingkungan, *compostable* dan *biodegradable*. Fasilitas dan desain Lokaloo Dessert Café dibuat senyaman mungkin untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. Mulai dari *smoking* dan *no smoking area*, fasilitas *free wi-fi*, *speaker*, hingga *calling system* untuk mengambil sendiri makanan dan minuman. Untuk desain interior dan bangunan, Lokaloo Dessert Café memilih tema *rustic*. Lokaloo Dessert Café menggunakan skema warna netral, furnitur yang digunakan berbahan kayu, juga terdapat tanaman-tanaman hias, dan jendela kaca untuk mendapat sinar matahari secara langsung untuk memberi pencahayaan hangat di *café* dan menghemat listrik.