

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Indonesia memiliki berbagai macam sektor yang dapat menunjang perekonomian negara. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah kuliner. Salah satu bisnis dari kuliner adalah *bakery*. Dalam laporan *Italian Trade Agency* yang berjudul “*Pastry, Bakery And Ice Cream Parlors, Coffee Shops Growth In Indonesian*”, Bisnis *Bakery* merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan dikarenakan peningkatan minat yang terus berkembang pada produk ini (Italian Trade Agency, 2018).

Jakarta yang berlokasi di Provinsi DKI Jakarta, Indonesia merupakan kota terbesar dan lingkungan metropolitan yang modern sebagai daya tariknya. Dengan lokasi yang mudah diakses dan banyaknya bisnis yang berkembang di daerah ini menjadi keunikan dan daya tarik tersendiri bagi pebisnis untuk mengembangkan usahanya. Adanya peningkatan pesat urbanisasi di daerah ini juga menjadi salah satu peningkatan popularitas usaha di Jakarta (Monita, 2019).

TABEL 1
Jumlah Penduduk Provinsi Jakarta Tahun 2018-2020

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin								
	Laki-laki			Perempuan			Jumlah		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
0-4	461.794	453.157	341.196	444.147	435.687	319.822	905.941	888.844	661.018
5-9	472.159	478.490	461.099	455.206	462.403	432.664	927.365	940.893	893.762
10-14	394.643	404.210	450.271	370.999	380.844	424.594	765.642	785.054	874.865
15-19	355.617	362.525	424.040	354.567	357.569	401.788	710.184	720.094	825.828
20-24	372.793	362.699	417.744	411.459	393.490	400.325	784.252	756.189	818.069
25-29	468.262	445.352	418.669	497.588	483.771	416.968	965.850	929.123	835.638
30-34	523.215	515.860	434.102	508.986	507.359	427.007	103.2201	102.3219	861.109
35-39	495.643	501.470	490.160	475.638	482.121	484.197	971.281	983.591	974.357
40-44	429.869	439.041	458.286	412.091	422.799	455.099	841.960	861.840	913.386
45-49	362.091	371.257	406.222	349.920	359.079	393.122	712.011	730.336	799.344
50-54	296.955	307.256	344.192	293.992	302.979	326.379	590.947	610.235	670.571
55-59	230.049	239.492	261.019	236.745	246.068	265.384	466.794	485.560	526.403
60-64	167.221	175.601	182.138	173.024	183.612	195.498	340.245	359.213	377.636
65+	214.379	228.911	245.643	238.577	254.708	284.460	452.956	483.619	530.102
Jumlah	5.244.690	5.285.321	5.334.781	5.222.939	5.272.489	5.227.307	10.467.629	10.557.810	10.562.088

Sumber: (BPS Jakarta, 2021)

Melalui table diatas, dapat dilihat perkembangan penduduk di Provinsi DKI Jakarta selama 3 tahun terakhir. Peningkatan karena jumlah kelahiran dan urbanisasi sangat mempengaruhi pertumbuhan penduduk di Provinsi DKI Jakarta. Dengan meningkatnya kependudukan, tentunya akan terjadi peningkatan dalam permintaan yang sangat mendukung untuk bisnis ini dijalankan.

TABEL 2
Persentase Pengeluaran per Kapita DKI Jakarta Menurut Komoditas

Kelompok Komoditas makanan	2018	2019
Padi-padian	2,95	2,62
Umbi-umbian	0,35	0,32
Ikan/udang/cumi/kerrang	2,96	2,97
Daging	2,27	2,34
Telur dan susu	2,67	2,52
Sayuran	2,44	2,2
Kacang-kacangan	0,61	0,59
Buah-buahan	2,05	1,97
Minyak dan kelapa	0,69	0,67
Bahan minuman	0,9	0,84
Bumbu-bumbuan	0,58	0,53
Konsumsi lainnya	0,67	0,57
Makanan dan minuman jadi	18,71	18,87
Rokok	3,73	3,67
Total jumlah makanan	41,58	40,7
Bukan makanan	58,42	59,3
Total	100	100

Sumber: (BPS Provinsi DKI Jakarta, 2021)

Melalui tabel, dapat dilihat bahwa pengeluaran untuk kelompok makanan dan minuman yang sudah jadi memiliki persentase yang paling besar dengan nilai 18% diantara kelompok makanan. Meski terjadi peningkatan, namun peningkatan yang terjadi tidak terlalu signifikan. Akan tetapi, konsistensi sebagai makanan yang paling banyak berpartisipasi dalam konsumsi masyarakat mendukung untuk bisnis ini dijalankan.

GAMBAR 1
Konsumsi Roti dan Kue Per Kapita Tahun 2014-2018

Type	UoM	2014	2015	2016	2017	2018	Growth Rate (%)
Toast bread	Pack	0.062	-	-	0.367	0.366	-
Sweet bread	Per 0.1 kg	0.495	-	-	1.104	1.122	-
Cookies	Per 0.1 kg	0.168	0.353	0.373	0.384	0.438	33.3%
Cake	Pieces	0.695	1.245	1.290	1.345	1.431	23.3%

Sumber: (Elliott et al., 2019)

Selain menjadi bagian dari kelompok makanan yang dikonsumsi, tingkat konsumsi roti dan kue pun memiliki peningkatan setiap tahunnya. Dapat dilihat dari tabel, rata-rata peningkatan kue setiap tahunnya sebesar 23,3%. Dalam penelitiannya, perkiraan perkembangan produk roti dan kue secara global juga akan meningkat dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 2,6% untuk periode tahun 2021-2026 (Mordor Intelligence, 2021). Dalam jurnalnya yang berjudul *Purchasing Bakery Goods During COVID-19*, meski pandemic COVID-19 memiliki dampak yang besar terhadap industry makanan, tidak ada perilaku konsumen yang signifikan terhadap pembelian produk roti dan kue. Perubahan memang terjadi, namun perubahan yang terjadi adalah metode transaksi dalam pembelian produk (Biró & Gere, 2021).

Melalui gagasan tersebut, penulis ingin melakukan studi kelayakan bisnis di Jakarta Pusat tepatnya di Kemayoran untuk membangun sebuah *bakery café* dengan penawaran produk yang berkualitas premium dan atraksi menghias kue sebagai keunggulan dari café ini.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis layak tidaknya *Jouissance Bakery Cafe* dijalankan yang ditinjau dari berbagai macam aspek. Adapun tujuan terbagi menjadi 2 yaitu tujuan utama dan sub-tujuan.

1. Tujuan Utama

- a. Mengevaluasi dan memastikan kelayakan bisnis dari aspek pasar dan pemasaran dengan tujuan menentukan target pasar lebih tepat sesuai dengan produk dan layanan yang ditawarkan.
- b. Mengevaluasi dan memastikan kelayakan bisnis dari aspek operasional dimana perhitungan untuk kebutuhan operasional harus dapat menunjang aktivitas bisnis.
- c. Mengevaluasi dan memastikan kelayakan bisnis dari aspek manajemen dan sumber daya manusia dimana dalam pengelolaan dan tenaga kerja yang dibutuhkan dapat sesuai dengan aktivitas bisnis secara efektif dan efisien.
- d. Mengevaluasi dan memastikan kelayakan bisnis dari aspek keuangan dimana adanya rancangan anggaran, manajemen resiko, *BEP* dan target keuntungan jadi pertimbangan kelayakan bisnis.

2. Sub-tujuan

- a. Membuka lapangan kerja baru.
- b. Meningkatkan kunjungan dan kegiatan wisata di daerah Jakarta.
- c. Memberikan pelayanan yang terbaik dan *memorable*.
- d. Menjadi salah satu *cafe* terbaik di Jakarta.

C. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam mendukung studi kelayakan bisnis *Jouissance Bakery Cafe* adalah kuantitatif menggunakan data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat secara langsung melalui sumber pertama. Perolehan data dapat melalui survey, wawancara, dan observasi secara langsung (Sekaran & Bougie, 1992). Data didapat dari survey *online* yang dibagikan kepada 135 responden yang berdomisili di daerah lokasi bisnis. Data diolah dengan metode kuantitatif yang akan dijelaskan lebih jauh dalam Bab II.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah pernah ada dan perlu dikaji ulang oleh peneliti. Data ini dapat lebih cepat membantu untuk melakukan analisa karena data sudah pernah diuji sebelumnya. Perolehan data dapat berupa referensi, buku, jurnal, atau sumber data pendukung lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Restoran

Restoran memiliki arti rumah makan (KBBI, 2019). Adapun restoran dapat dibagi kedalam beberapa klasifikasi menurut tipenya, cara penyajiannya, tujuan pasar, kategori produk, dan lain-lain. Salah satu bentuk restoran adalah *cafe* dimana hal ini diklasifikasikan berdasarkan sistem pelayanannya (Baraban & Durocher, 2010).

2. Klasifikasi Restoran

Klasifikasi restoran menurut (Baraban & Durocher, 2010) adalah:

a. Tipe

Tipe restoran terbagi menjadi beberapa hal seperti tematik, kombinasi, kepemilikan tunggal atau anggota rantai, apakah hanya *dine-in* atau memiliki *take-out station*.

b. Segmentasi Pasar dan Sistem Pelayanan

Segmentasi dan pelayanan restoran dapat diklasifikasikan menjadi *full service restaurant, quick service restarurant, fast-casual restaurant, hotels, etc.* Adapun klasifikasi berdasarkan pelayanannya adalah *A la Carte, tableside, buffet, delivery, takeout, dan cafeteria.*

3. Bakery Kafe

Kafe adalah sebuah restoran kecil yang menawarkan minuman berupa kopi dan makanan ringan seperti kue, cookies dan sebagainya (KBBI, 2019). Kafe juga bisa disebut sebagai *coffee shop* dimana selain menjual minuman dan makanan, kafe juga dapat menjual biji kopi mentah. *Bakery* adalah tempat untuk membuat dan menjual berbagai macam produk roti dan kue (Cambridge University Press, 2020). *Bakery Café* adalah kafe yang dalam operasionalnya juga menjual berbagai macam produk kue (Cyasmoro, 2020).

Seiring berkembangnya zaman, kafe atau *coffee shop* bukanlah tempat untuk sekedar memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman, melainkan tempat untuk bersosialisasi secara langsung maupun virtual

sambil memenuhi kepuasan akan keunikan produk. Cara kafe memberikan layanan berubah menjadi penawaran akan design, lokasi, suasana, dan produk yang secara visual terlihat “*instagramable*” (Shaare & Muhammad, 2020).

Nama *Bakery and Café* yaotu *Jouissance*, diambil dari kata Prancis yang berarti kebahagiaan, kenikmatan atau *enjoyment*. Dengan produk dan atraksi yang ditawarkan, diharapkan setiap pengunjung yang keluar dari café ini memiliki kebahagiaan dan kenikmatan yang didapatkan melalui kunjungan mereka ke *Jouissance Bakery Café*.

4. *Interior Furnishing* dan Warna

Interior furnishing adalah komponen material yang digunakan untuk menciptakan suatu nuansa lingkungan ruangan. Interior yang memiliki nilai guna dapat menjadi pelengkap perabotan yang memenuhi dan melengkapi suatu ruangan. Perabotan bisa terbuat dari fabric, karet, busa, kayu, dan masih banyak lagi (*Designing Buildings Wiki*, 2020).

Design yang unik bertujuan memberikan pengalaman tersendiri bagi tamu sehingga tamu dapat merasakan perpaduan menu yang disajikan serta keunikan fasilitas yang ditawarkan. Tema design interior yang digunakan bisa berbagai macam. Dengan menu, fasilitas dan design yang mendukung, hal ini mendukung dari tujuan awal *café* ini dibangun yaitu produk unggul dengan suasana yang unik. *Café* yang dibangun diharapkan memiliki suasana dan keunikan yang *instagramable*. *Instagramable*

artinya atraksi dan sesuatu yang cukup menarik untuk diposting di media sosial Instagram (Cambridge University Press, 2020).

5. *Atraksi*

Atraksi adalah sesuatu yang menarik perhatian (KBBI, 2019). Dalam *café bakery* ini terdapat atraksi dimana tamu dapat mengikuti kegiatan untuk mendekor kue pilihannya seperti *lettering cake* atau *mirror glaze entremets*. Tamu hanya dapat berpartisipasi dalam mendekorasi kue, bahan dasar kue yang siap dihias akan disediakan oleh *café bakery*. Melalui atraksi yang dimiliki, diharapkan *café* memiliki daya tarik tersendiri bagi calon konsumen.

Atraksi yang berada di *café* ini dijual dengan harga Rp. 300.000/kue per orang dengan durasi 1 jam dalam menghias. Paket ini sudah termasuk kue yang telah disediakan untuk dihias dengan varian 2 rasa yaitu vanilla atau coklat, pilihan dekorasi, apron unik, dan *packaging* dari kue, semuanya ini dapat dibawa pulang oleh pembeli. Dalam melakukan prosesnya, pembeli bisa didampingi mentor dari staff restoran maupun tidak tanpa dikenakan biaya apapun.