

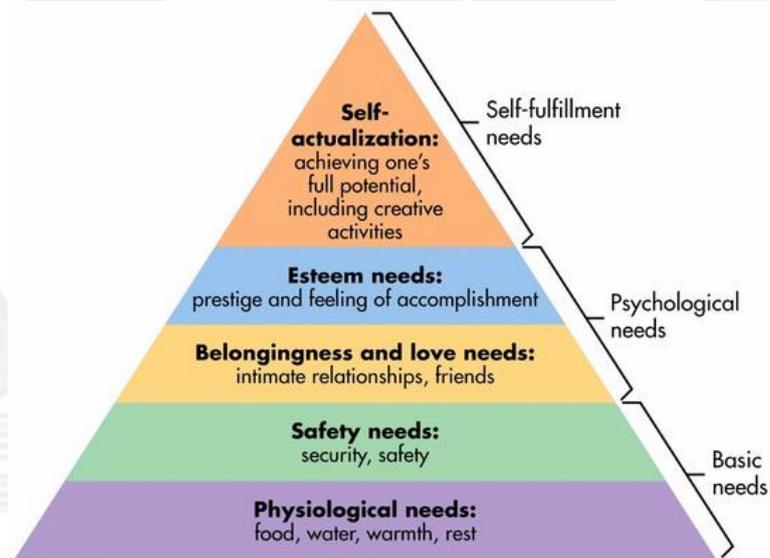
BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Menurut McLeod (2020) tentang Hierarki Kebutuhan Maslow, manusia memiliki lima tingkat kebutuhan yang harus dipenuhi yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kebutuhan paling dasar dalam piramida harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan lainnya. Dalam lima tingkat piramida, empat tingkat pertama disebut sebagai *deficiency needs*, dan tingkat terakhir disebut *growth needs*.

Gambar 1
Teori Hierarki Kebutuhan Abraham



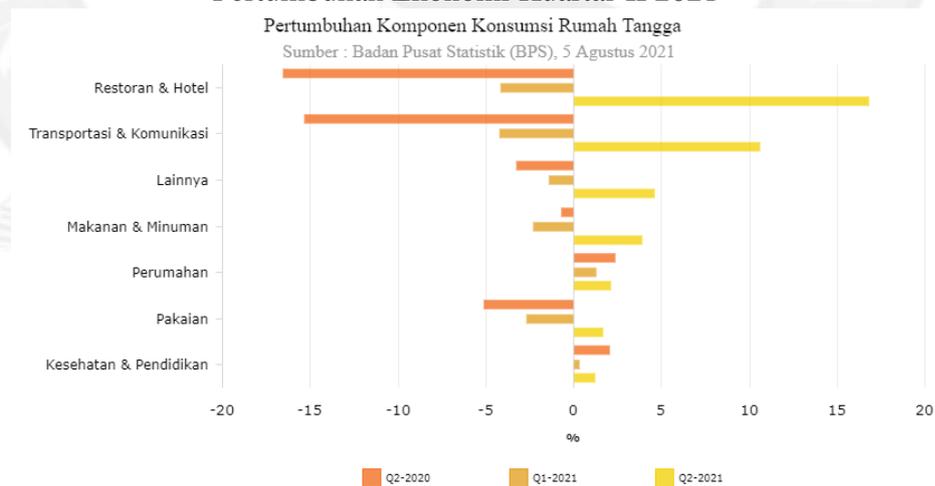
Sumber: McLeod (2020)

Berdasarkan gambar diatas, kebutuhan fisiologis berupa makanan dan minuman merupakan kebutuhan paling dasar yang harus dipenuhi manusia terlebih dahulu. Jika kebutuhan paling dasar tidak terpenuhi, maka motivasi

manusia dalam memenuhi kebutuhan tersebut akan semakin kuat. Contohnya semakin lama manusia tidak makan, maka mereka akan semakin merasa lapar. Dalam teori Hierarki Kebutuhan Maslow, kebutuhan makan dan minum merupakan persyaratan biologis untuk keberlangsungan hidup manusia, jika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka tubuh manusia tidak dapat berfungsi secara optimal, sehingga makan dan minum merupakan kebutuhan yang paling penting/primer (McLeod, 2020).

Dalam memenuhi kebutuhan primer manusia, restoran yang merupakan penyedia jasa makanan dan minuman dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan fisiologis manusia yang dibutuhkan. Pertumbuhan industri restoran mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2021 di tengah pandemi Covid-19 yang sedang berlangsung. Menurut Badan Pusat Statistik (2021), restoran dan hotel mencapai pertumbuhan tertinggi pada Kuartal-II tahun 2021 sebesar 16,79%.

Gambar 2
Pertumbuhan Ekonomi Kuartal-II 2021



Sumber: Katadata (2021)

Berdasarkan gambar diatas, industri restoran dan hotel mengalami pertumbuhan yang positif dalam industri ini dibandingkan dengan Kuartal-II tahun 2020 sebesar -16,53%. Hal ini menunjukkan industri restoran dan hotel mulai kembali membaik dan berkembang seiring dengan turunnya kasus Covid-19 karena adanya pemberlakuan vaksinasi, dan turunnya PPKM ke Level 1. Oleh karena hal ini, industri bisnis restoran sudah kembali meningkat dan berhasil menyentuh 30%-40% dari kondisi normal dan diproyeksikan akan mengalami pemulihan secara total pada tahun 2022 setelah kasus Covid-19 sudah dapat dikendalikan (Aprkindo, 2021). Menurut Bank Indonesia (2021), kinerja beberapa sektor utama diperkirakan akan meningkat di Kuartal-IV, salah satunya sektor industri perdagangan, hotel dan restoran dengan saldo bersih tertimbang 0,79 persen. Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan ekonomi yang positif dalam sektor hotel dan restoran yang dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan pasar terhadap sektor tersebut. Dengan hal ini, menunjukkan adanya tren bisnis restoran pada tahun 2021 dan terdapat peluang bisnis pada industri restoran yang diproyeksikan naik.

Tabel 1
Jumlah Penduduk DKI Jakarta 2018-2020

Jenis Kelamin	2018	2019	2020
Laki-Laki	5.244.690	5.285.321	5.334.781
Perempuan	5.222.939	5.272.489	5.227.307
Jumlah	10.467.629	10.557.810	10.562.088

Sumber: Badan Pusat Statistik (2018-2020)

Berdasarkan tabel diatas, DKI Jakarta merupakan kota yang memiliki jumlah penduduk terbanyak setingkat provinsi di Indonesia. Dalam waktu 10 tahun dihitung dari tahun 2010 jumlah penduduk DKI

Jakarta meningkat sekitar 954 ribu jiwa atau rata-rata sebanyak 88 ribu jiwa setiap tahun. Dalam tahun 2010-2020 laju pertumbuhan penduduk DKI Jakarta sebesar 0,92 persen per tahun. Pada tahun 2018-2020 jumlah penduduk DKI Jakarta meningkat hampir 94.459 jiwa. (Badan Pusat Statistik, 2019-2020). Pertumbuhan penduduk Jakarta yang semakin meningkat jika dihubungkan dengan Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, kebutuhan dasar terhadap makan dan minum akan mengalami peningkatan sehingga memberikan peluang bagi restoran yang berperan sebagai pemasok yang dapat memenuhi kebutuhan/permintaan manusia yang semakin bertambah.

Dengan adanya kasus pandemi Covid-19, pola pikir masyarakat berubah dan sadar akan pentingnya makanan dan pola hidup sehat sehingga masyarakat pada saat ini lebih tertarik dengan makanan-makanan sehat yang dapat menaikkan imun tubuh dan menjaga kondisi tubuh. Sereal memiliki peluang besar karena kandungan bahan memiliki manfaat dan khasiat yang baik bagi tubuh. Menurut data *Agricultural and Processed Food Products Export Development Authority* (APEDA, 2017), pangsa pasar global untuk produk sereal diproyeksikan mengalami kenaikan sebesar 4,3% dari tahun 2017 hingga 2025 yang menandakan adanya *trend* dalam bisnis sereal karena diperkirakan akan berkembang sampai tahun 2025. Proyeksi kenaikan sereal dipengaruhi meningkatnya permintaan untuk makanan yang mudah disiapkan dan siap makan karena jadwal yang sibuk, meningkatnya konsumsi makanan kemasan yang sehat dan perubahan pola makan, pertumbuhan sereal sarapan di kawasan Asia-Pasifik, dan bergesernya

kebiasaan sarapan ke arah pilihan sarapan yang lebih sehat merupakan beberapa faktor yang mendorong pertumbuhan pasar sereal sarapan global.

Menurut APEDA (2017), *Ready-to-eat cereal* merupakan segmen produk yang menyumbang lebih dari 68% dari pangsa pendapatan global. Dengan adanya kebutuhan primer manusia, jumlah penduduk yang terus meningkat, potensi bisnis dan tren yang terdapat pada industri restoran, dan proyeksi meningkatnya pangsa pasar sereal dapat disimpulkan *cereal café* memiliki peluang bisnis yang besar sehingga Cerealand terinspirasi untuk membuat restoran kategori *cereal café* yang menyediakan jenis *Ready-to-Eat cereal* karena paling diminati oleh pangsa pasar, dengan menggunakan bahan lokal dalam pembuatannya tanpa menggunakan bahan yang berlebihan seperti gula dan pewarna buatan.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dilakukannya studi kelayakan bisnis Cerealand diperuntukkan mengetahui dan menganalisis apakah bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak dan dapat bersaing dengan kompetitor dalam industri sejenis yang lainnya. Adapun tujuan utama dalam bisnis Cerealand untuk mengkaji aspek-aspek berikut, yakni :

1. Aspek Pasar dan Pemasaran

Mengetahui permintaan pasar terhadap produk yang akan disediakan, mengetahui seberapa besar market potential yang tersedia, mengetahui market share yang tersedia dari seluruh pasar potensial, analisis tingkat persaingan serta strategi dalam pemasaran produk, analisis harga dan perubahan pola harga, meningkatkan

penjualan dan laba dalam berbisnis, menguasai atau menganalisa pasar, menyesuaikan dengan target pasar yang akan dituju, segmentasi pasar, baur pemasaran, dan analisis dari *strength*, *weaknesses*, *opportunity*, dan *threat*.

2. Aspek Operasional

Menetapkan penentuan lokasi bisnis sereal, luas tempat produksi, tata letak atau layout, penyusunan peralatan bisnis, dan proses produksinya termasuk pemilihan bahan baku dan teknologi yang bertujuan agar dapat menentukan lokasi bisnis sereal yang tepat, dapat menentukan layout yang tepat dan sesuai dengan proses produksi yang dipilih sehingga dapat memberikan efisiensi pada bisnis sereal, dan dapat menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya sehingga bisnis sereal tidak terhambat karena hal-hal teknis atau operasional yang kurang tepat.

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Merancang kebutuhan organisasi dan manajemen bisnis produk sereal yang akan dijalankan, menentukan struktur organisasi yang tepat bagi pekerja sehingga masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab, dapat bekerja dengan lebih terstruktur dan berkoordinasi dengan baik.

4. Aspek Keuangan

Mengetahui gambaran keuntungan perusahaan, mengetahui perkiraan pendanaan dan aliran proyeksi kas sehingga dapat diketahui apakah rencana bisnis yang dijalankan layak atau tidak,

mengetahui proyeksi laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca dan arus kas, menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan.

Sub-tujuan/*minor objectives* dalam Studi Kelayakan Bisnis membahas tentang hal makro dan mikro yang belum disebutkan di tujuan utama/*major objectives* yang ditujukan untuk beberapa hal dibawah ini, yakni :

1. Membuka lapangan kerja.

Bisnis produk sereal dapat memberikan beberapa lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang dapat mengambil bagian pekerjaan seperti dalam proses produksi membuat sereal, *cashier, content marketing, finance, packing, quality control,* dan *admin E-Commerce* yang diharapkan dapat membantu mensejahterakan kehidupan masyarakat di daerah sana, mengedukasi, dan membantu pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Membantu menjaga kesehatan dan meningkatkan imunitas tubuh.

Sereal yang dibuat menggunakan bahan dasar sayur, buah, dan beras masing-masing memiliki kandungan nutrisi, manfaat, dan khasiat yang baik untuk tubuh sehingga dapat meningkatkan imunitas tubuh serta menjaga tubuh dalam terjangkitnya riwayat penyakit menular maupun tidak menular terutama dalam masa pandemic Covid-19 yang sedang ada pada saat ini.

3. Membangun gaya hidup yang lebih sehat.

Sereal yang berbahan dasar sehat dan praktis dalam penyajiannya serta memiliki jangka waktu kadaluwarsa yang panjang membuat masyarakat secara tidak langsung mengkonsumsi sayuran dan buah yang bermanfaat bagi tubuh, sehingga diharapkan dengan mengkonsumsi sereal sehat setiap hari dapat memotivasi dan membangun gaya hidup yang lebih sehat dalam masyarakat dengan mengkonsumsi makanan lainnya yang sehat pada waktu makan siang dan malam setiap harinya dan meninggalkan pola hidup dan makan yang tidak sehat bagi tubuh.

4. Mendukung pertanian lokal.

Sayur, buah, dan beras yang digunakan dalam pembuatan sereal berasal dan diambil dari petani lokal untuk mendukung petani Indonesia dan diharapkan dapat membantu mensejahterakan kehidupan petani lokal. Selain itu, sayur lokal juga memiliki kualitas yang tidak kalah dengan sayur impor terlebih karena sayuran lokal tidak menggunakan bahan kimia yang dapat membahayakan, buah lokal juga memiliki manfaat dan nilai gizi yang lebih tinggi dari buah impor serta memiliki lebih sedikit bahan pengawet sehingga lebih sehat.

5. Membantu pelanggan yang memiliki riwayat penyakit alergi tertentu tetap dapat mengkonsumsi sereal.

Sereal yang dibuat tidak mengandung alergen dan bebas gluten karena komposisi gandum yang biasanya ada pada sereal salah

satunya digantikan dengan beras hitam yang tidak mengandung alergen sehingga aman untuk dikonsumsi alergi gandum, penyakit celiac dan *gluten intolerance* yang tidak akan menimbulkan efek samping alergi pada tubuh.

6. Menciptakan *cereal café* yang unik dan nyaman untuk pelanggan

Cereal café akan di dekor dengan *instagrammable* dengan *neon-lights* dan konsep *counter-service* yang mengutamakan pelayanan cepat sehingga pelanggan merasa puas dan nyaman. Pelanggan dapat memilih dan mengambil rasa sereal, topping-topping, dan minuman langsung di *counter*.

C. Metodologi

Dalam Studi Kelayakan Bisnis dibutuhkan metodologi penelitian untuk membantu menganalisis dan meneliti dari data-data sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang akurat dalam bisnis yang dijalankan. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, yakni :

1. Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2017, h. 130), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan variabel yang diminati untuk tujuan tertentu. Contoh sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, panel yang ditunjuk khusus oleh peneliti yang memiliki akses ke opini tentang topik tertentu setiap saat, atau sumber yang kurang menonjol seperti majalah dan buku lama.

Berikut merupakan data primer yang akan digunakan dalam Cerealand, yakni :

a. Kuesioner

Menurut Sekaran dan Bougie (2017, h. 170) kuesioner merupakan daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang sebelumnya telah ditentukan oleh peneliti di mana responden atau penanggung biasanya menulis jawaban mereka dalam variasi yang jelas. Peneliti menyediakan daftar pertanyaan terkait kepribadian responden, aplikasi pengisian kuesioner, dan beberapa pertanyaan terkait asimetri informasi, informasi terkait jabatan, efektivitas pengendalian anggaran, dan kesenjangan anggaran sehingga responden tinggal memilih jawaban yang disediakan oleh peneliti. Metode dalam pengumpulan kuesioner dapat diberikan oleh peneliti kepada responden secara pribadi, kuesioner surat dan kuesioner elektronik. Metode kuesioner yang akan digunakan dalam studi kelayakan bisnis Cerealand adalah kuesioner elektronik.

1. Kuesioner elektronik

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, h. 143), kuesioner elektronik sering digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam akan opini dan keinginan konsumen. Kuesioner model ini memiliki kelebihan yang dapat menggunakan kekuatan internet untuk menjangkau kelompok maupun individu secara daring sehingga dapat menjangkau area geografis yang lebih luas.

2. Lokasi dan Waktu

Kuesioner akan disebar dan dibagikan di wilayah DKI Jakarta pada rentang waktu bulan September sampai bulan November tahun 2021.

3. Populasi

Target populasi diperlukan untuk mengetahui kelompok, acara, program dan keinginan pelanggan yang berkaitan dengan bisnis *cereal café*. Populasi dari penelitian ini adalah penduduk DKI Jakarta, jenis kelamin pria dan wanita, memiliki rentang umur 20-45 tahun, dan kelas sosial menengah sampai menengah keatas.

4. Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016, h. 264), untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan aturan *rules of thumb*, yang berisi:

- a. Ukuran sampel yang sesuai untuk sebagian besar penelitian lebih besar dari 30 dan kurang dari 500.
- b. Ukuran sampel dibagi menjadi subsampel (laki-laki/perempuan, junior/senior, dll). Ukuran sampel untuk setiap kategori setidaknya harus 30.
- c. Untuk studi multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel harus berkali-kali (lebih disukai 10 atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.

d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimental yang ketat (pasangan yang cocok, dll.) Dapat berhasil dengan sampel sekecil 10 hingga 20. Berhubungan dengan aturan *rules of thumb*, menurut Hair, Black, Babin, & Anderson (Hair et al., 2018), ukuran sampel minimum yang disarankan adalah lima pengamatan/5:1 per variabel independen atau dalam hal ini merupakan pertanyaan terkait 8P atau baur pemasaran (*Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming, dan Partnership*). Sehingga jumlah responden yang dibutuhkan dalam kuesioner ini adalah 180 orang dihitung dari pertanyaan baur pemasaran yang berjumlah 35 pertanyaan.

b. Observasi

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2016, h. 127), Observasi menyangkut pengamatan yang direncanakan, perekaman, analisis, dan interpretasi perilaku, tindakan, atau peristiwa. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengamati lokasi bisnis, pelanggan, dan kompetitor dalam lokasi.

2. Data Sekunder

Menurut Uma Sekaran dan Rogie Bougie (2017, h. 130) data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang tersedia sebelumnya. Data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat dibandingkan dengan data primer karena sudah tersedia. Data sekunder dapat diperoleh di perpustakaan, Badan Pusat Statistik, kantor-

kantor pemerintah dan lain-lain. Data sekunder yang dipakai dalam studi kelayakan bisnis ini diperoleh dari:

- a. Buku teks dan *e-book*.
- b. Publisitas resmi pemerintah secara online.
- c. Sumber kredibel yang diperoleh melalui situs web dari organisasi resmi dan jurnal elektronik.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Sereal

Sereal adalah makanan yang terbuat dari olahan biji-bijian yang biasanya dikonsumsi pada pagi hari. Sereal dapat dikonsumsi dengan 2 tipe penyajian yaitu dikonsumsi dingin yang biasanya dicampur dengan susu seperti susu sapi, susu kedelai, susu beras atau susu almond, air atau yoghurt dan buah. Dan tipe yang kedua dapat disajikan panas seperti oatmeal dapat disajikan seperti bubur (Albertson et al. 2008).

Sarapan yang sehat dan bergizi harus memiliki kandungan gizi yang seimbang terdiri dari karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral.

Sereal umumnya memiliki kandungan vitamin B yaitu thiamin, riboflavin, niacin, vitamin B6, asam pantotenat, dan asam folat.

Menurut Tribelhorn (1991), cereal yang ada pada saat ini terdiri dari 5 kategori, yakni :

1. Sereal tradisional yang memerlukan proses pemasakan dan dijual di pasaran dalam bentuk bahan mentah yang telah diproses.
2. Sereal panas instan tradisional yang dijual dalam bentuk biji-bijian

atau serbuk dan penyajiannya hanya tinggal diseduh dengan air panas.

3. Sereal siap santap yang diolah dan direkayasa menurut jenis atau bentuk diantaranya *flaked*, *puffed*, dan *shredded*.
4. *Ready-to-eat cereals mixed* yang diolah bersama biji-bijian, kacang-kacangan dan buah kering.
5. Produk sereal sarapan lain yang tidak dapat masuk dalam empat jenis kategori produk tersebut karena proses khusus dan atau kegunaan akhirnya seperti cereal nuggets dan makanan bayi.

2. Pengertian Restoran

Menurut Walker (2017), restoran merupakan tempat dimana makanan disiapkan untuk dijual. Menurut Walker (2017), restoran menawarkan tempat untuk bersantai dan menikmati kebersamaan dengan keluarga, teman, dan rekan bisnis, untuk dapat memulihkan energi kita sebelum berangkat ke kegiatan selanjutnya.

3. Klasifikasi Restoran

Menurut Marsum (2005), jenis-jenis restoran terbagi menjadi :

a. *A'la carte Restaurant*

Restoran berlisensi penuh untuk menjual makanan lengkap dengan berbagai variasi yang bebas dipilih oleh tamu. Semua makanan di restoran ini memiliki harga masing-masing.

b. *Table D'hote Restaurant*

Restoran khusus yang menjual menu lengkap dari makanan

pembuka hingga makanan penutup dengan harga tetap.

c. *Coffee Shop atau Brasserie*

Restoran umumnya dikaitkan dengan hotel, tempat di mana pemakan dapat dengan cepat mendapatkan sarapan, makan siang, dan makan malam dengan harga terjangkau, dan sistem *American Service*, di mana kecepatan umumnya menjadi prioritas.

d. *Cafe*

Sebuah restoran kecil yang mengutamakan penjualan kue, sandwich, kopi dan teh. Berbeda dengan restoran, pilihan makanan terbatas dan minuman beralkohol tidak dijual.

e. *Canteen*

Restoran yang terhubung dengan kantor, pabrik dan sekolah, di mana pekerja dan siswa dapat menikmati makanan dan istirahat.

f. *Continental Restaurant*

Sebuah restoran yang mengkhususkan diri dalam masakan Eropa yang dipilih dengan cermat dengan layanan mewah dan canggih.

g. *Carvery*

Restoran yang sering dikaitkan dengan hotel, tempat tamu dapat memasak hidangan sebanyak yang tamu suka dengan harga tetap.

h. *Dining Room*

Restoran di hotel kecil, motel, dan *inn* yang tidak lebih ekonomis

dibandingkan restoran biasa. Restoran ini terutama untuk tamu yang menginap di hotel, tetapi juga terbuka untuk tamu luar.

i. *Discotheque*

Merupakan restoran tempat tamu dapat menari mengikuti musik. *Bar* adalah salah satu diskotik utama.

j. *Fish and Chip Shop*

Ada banyak restoran di Inggris dimana pelanggan dapat membeli berbagai keripik dan ikan goreng. Ikan biasanya dibungkus kertas dan dibawa pulang, sehingga mereka tidak menikmati makanannya di tempat.

k. *Grill Room (Rotisserie)*

Restoran yang menyajikan berbagai hidangan daging. Biasanya, restoran dengan dapur terbatas pada partisi kaca, memungkinkan para tamu untuk memilih daging mereka sendiri dan menyaksikan proses memasak.

l. *Inn Tavern*

Restoran yang dikelola secara pribadi yang terletak di pinggiran kota dengan harga yang wajar. Suasana restoran sangat ramah dan bersahabat dengan para tamu dan makanannya enak.

m. *Night Club atau Super Club*

Restoran yang biasanya buka hingga larut malam menyajikan makan malam bagi para tamu yang ingin bersantai.

n. *Pizzeria*

Restoran khusus pizza. Ada beberapa restoran yang biasanya

juga menyajikan menu lain seperti spaghetti dan masakan Italia lainnya.

o. *Pan Cake House*

Restoran khusus pancake dengan pancake dan berbagai manisan.

p. *Pub*

Sebuah pub pada awalnya adalah tempat umum di mana bir dan minuman beralkohol lainnya dapat dijual. Para tamu menerima minuman di konter. Para tamu dapat berdiri atau duduk di kursi. Makanan yang disajikan berupa makanan ringan seperti kue dan sandwich.

q. *Snack Bar*

Restoran kasual dengan layanan cepat dimana tamu mengumpulkan makanan dari konter ke nampan dan membawanya ke meja makan. Tamu dapat memilih makanan dengan bebas. Makanan yang ditawarkan biasanya makanan ringan seperti burger, sosis, dan sandwich.

r. *Specialty Restaurant*

Restoran dengan suasana dan dekorasi yang sangat cocok dengan jenis dan tema makanan khas. Jenis restoran ini menyajikan masakan Cina, Jepang, India, dan Italia dan sebagainya. Layanan ini kurang lebih didasarkan pada kebiasaan negara tempat makanan khusus datang.

s. *Terrace Restaurant*

Restoran terletak di luar gedung tetapi biasanya terhubung

dengan hotel atau restoran utama. Di negara-negara Barat, restoran ini biasanya buka hanya di musim panas.

t. *Gourmet Restaurant*

Restoran yang menyajikan makanan dan minuman untuk mereka yang memiliki pengalaman mencicipi makanan dan minuman selama bertahun-tahun. Restoran ini menawarkan makanan dan minuman yang lezat, layanan yang luar biasa, dan harga yang cukup tinggi.

u. *Family Type Restaurant*

Restoran sederhana yang menyajikan makanan dan minuman dengan harga terjangkau, terutama untuk keluarga dan rombongan.

v. *Main Dining Room*

Restoran utama atau ruang makan biasanya terdapat di hotel-hotel besar di mana makanannya lambat tapi pasti disajikan secara resmi. Terikat oleh aturan ketat. Biasanya menggunakan *french* atau *russian service*. Tamu yang hadir biasanya memakai pakaian formal atau formal.

4. Sistem Pelayanan di Restoran

Menurut Marsum (2005, h.275), terdapat empat macam tipe dasar pelayanan yang terkenal yaitu :

a. *Table service*

Sistem pelayanan restoran dimana *waiter* maupun *waitress* menyajikan makanan dan minuman sambil duduk di kursi yang

menghadap ke meja makan. Pada dasarnya sistem penyajian *table service* ini dibagi menjadi empat jenis yaitu:

1. *American Service*

Layanan ini lebih mengandalkan kecepatan layanan sederhana dan makanan disiapkan di atas piring. Hidangan utama (piring besar atau piring makan) dari hampir semua produk sampingan (kentang, goreng atau rebus, kacang wortel, dll) kecuali salad, roti dan mentega hanya perlu disajikan oleh pelayan atau pramusaji.

2. *English Service*

Layanan cenderung formal dan ramah. Pemilik dan tamu duduk bersama dan menikmati makan malam dengan menu/makanan yang sama, mulai dari makanan pembuka dan sup hingga makanan penutup. Pemilik memotong dan menyajikan makanan.

3. *French service*

Memiliki kepribadian formal dengan layanan mewah dengan kereta dorong (*Guéridon*). Presentasi ini diberikan oleh *Commis de Rang* dan *Chef de rang*, dan mungkin memiliki ahli anggur. Seorang *chef de rang* melakukan *portioning* di atas *trolley* lalu *commis de rang* akan melayani ke tamu.

4. *Russian service*

Ini adalah modifikasi dari *french service* yang disebut *platter service*, di mana hidangan *ala carte* disajikan di depan para

tamu. Layanan ini sangat formal dan mewah, dan para tamu merasa bahwa para pelayan sangat memperhatikan mereka. Piring disajikan oleh pelayan di *silver platter*.

b. *Counter Service*

Sistem layanan restoran di mana pengunjung pergi ke konter dan duduk. Ketika makanan atau minuman yang dipesan pelanggan sudah siap untuk disantap, maka pramusaji, pramusaji atau chef menyajikan makanan atau minuman tersebut kepada pelanggan di counter. Model layanan ini lebih praktis dan menghemat tenaga dan waktu. Konter di sini berarti meja panjang yang memisahkan dua ruangan, dapur dan restoran.

c. *Self Service*

Self-service adalah sistem pelayanan restoran dimana semua makanan (mulai dari *starter soup*, *main course*, *desserts*) ditata dengan rapi dan disajikan di meja makan atau buffet. Minuman biasanya disajikan oleh pelayan, tetapi para tamu dapat memilih hidangan mereka sendiri.

d. *Buffet service*

Pada layanan prasmanan, tamu dapat bersantap di meja prasmanan atau menikmati berbagai hidangan di meja prasmanan. Layanan prasmanan membutuhkan lebih sedikit staf untuk memberikan layanan yang lebih efisien daripada layanan *a la carte*. Karena para tamu sendiri melakukan beberapa fungsi/tugas pelayan, jumlah piring dapat ditingkatkan dan setiap pelayan dapat melayani tamu

lebih efisien.

e. *Carry Out Service*

Carry out service yang biasa dikenal sebagai *take away* merupakan layanan di mana pelayan menyiapkan makanan menggunakan kotak saji saat pelanggan membawa pulang makanan yang dipesan.

5. Klasifikasi Menu

Menurut Walker (2017, h.114-116), klasifikasi menu terdiri atas:

a. *A la carte Menu*

Menu yang memiliki pilihan makanan yang dijual secara terpisah dan dijual dengan harga secara individual. Menu dengan jenis ini yang banyak ditemukan pada restoran umumnya.

b. *Table d'hôte Menu*

Menu yang menawarkan beberapa pilihan makanan yang dipilih oleh pelanggan dengan harga yang telah ditetapkan sehingga tidak perlu membeli satuan atau biasa dikenal dengan menu paket.

c. *Du jour Menu*

Menu yang hanya menyajikan makanan-makanan tertentu pada hari tertentu saja. *Du Jour* sama dengan istilah dengan *menu of the day*.

d. *Cyclical Menu*

Menu yang digunakan oleh suatu restoran secara bergilir dalam satu periode tertentu, sehingga menu yang dijual akan berbeda-beda dan tidak akan sama dalam setiap periode. Terkadang menu

ini dapat digunakan perminggu atau bahkan perbulan.

e. *The Tourist Menu*

Menu yang digunakan untuk menarik perhatian turis ataupun wisatawan ke suatu restoran tertentu dengan menyediakan menu yang ditujukan untuk pengunjung yang sedang merantau ataupun mungkin tidak berada di rumah. Makanan yang disajikan mungkin berbeda secara signifikan dari makanan tamu.

6. Konsep Bisnis

Cerealand merupakan *cereal café* yang menyediakan sereal lokal yang terbuat dari 3 bahan yaitu buah, sayur, dan beras. Cerealand memiliki varian rasa sereal yang terdiri dari ubi ungu, singkong, beras hitam, beras coklat, beras merah, apel, pisang, dan pepaya. Cerealand juga menyediakan menu pilihan lain seperti *pancake*, *waffle*, *croffle*, dan *cookies* dan minuman *coffee*, *tea*, dan *juice*. Cerealand sendiri berasal dari Bahasa Inggris, “*cereal*” yang berarti sereal, dan “*land*” yang berarti lahan. Cerealand berarti lahan sereal yang menyediakan berbagai macam sereal untuk dikonsumsi. Cerealand mempunyai diferensiasi dari segi produk yang menggunakan bahan lokal sebagai bahan utama dalam pembuatan sereal. Jenis menu yang digunakan Cerealand adalah *a’la carte* dan *table d’hote*. Cerealand akan didesain dengan *design interior* kekinian, *instagrammable*, *neon lights*, dan disertai dengan fasilitas *Wi-Fi*, speaker musik, dan *air conditioner*. Cerealand menggunakan jenis pelayanan *counter-service* yang berarti

pelanggan memilih sereal, *side menu*, *topping*, dan minuman secara langsung di *cashier counter* dengan mengutamakan pelayanan cepat dan menerapkan protokol kesehatan. Cerealand menyediakan sistem pelayanan *carry out service* yang didesain dalam dua kemasan, yaitu *cereal box* yang memiliki jumlah gram yang lebih banyak untuk dikonsumsi secara berkala, dan *cereal cup* untuk dikonsumsi satu kali beserta susu bubuk dalam kemasannya. *Cereal cafe* memiliki kapasitas bangku berjumlah 25 *seat* dengan luas ruangan sebesar 14x5m². Produk *Cereal cafe* akan dijual secara *online* melalui *e-commerce* shopee dan tokopedia, dan melalui aplikasi Go-Jek, Grab, Traveloka, dan Shopee *Food*.