

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

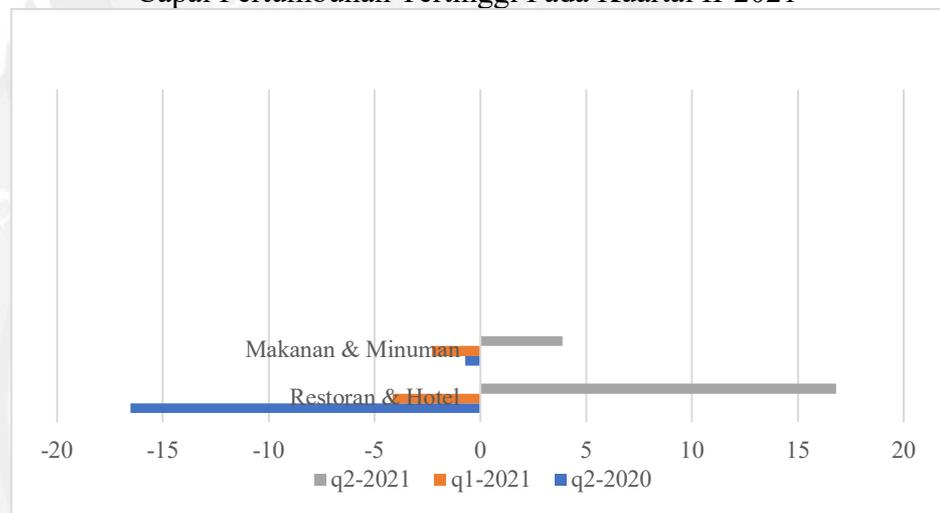
Pada masa sekarang restoran sudah mengalami pemulihan akibat melalui masa pandemi yang membuat industri jasa makanan dan minuman banyak terkena dampak diantaranya ialah penutupan restoran, rumah makan, café, pedagang kaki lima, dan sejenisnya yang berada di lokasi tersendiri maupun di pusat perbelanjaan. Saat pandemi pengusaha jasa makanan dan minuman hanya boleh menyediakan layanan *delivery* dan *take away*, serta dilarang menerima layanan *dine-in* (Rizal et al., 2021). Hal tersebut mengakibatkan pengusaha kuliner tidak membuka usaha mereka dan memaksa masyarakat untuk melakukan *take away* saat memesan makanan. Adanya penerapan kebijakan pembatasan, baik secara fisik, sosial, konsumsi, perjalanan, dan kegiatan masyarakat sangat mempengaruhi berbagai sektor bisnis termasuk pusat perbelanjaan, restoran, dan pasar (Rizal et al., 2021).

Dampak dari pembatasan sosial yang terus diperpanjang sangat mempengaruhi laju perkembangan restoran maupun café. Penurunan terjadi sangat drastis pada kuartal kedua tahun 2020 dan mengalami pemulihan saat memasuki kuartal pertama tahun 2021. Namun setelah memasuki era *new normal* di kuartal kedua tahun 2021, bisnis makanan dan minuman mengalami peningkatan yang cukup signifikan karena mulai membuka restoran dengan menerapkan standar atau program kesehatan yang ketat saat

bertransaksi di restoran (Nurbaya et al., 2020). Hal tersebut membuat masyarakat mulai mempertimbangkan untuk menikmati makanan secara *dine-in* dengan memperhatikan penerapan protokol kesehatan, sehingga masyarakat merasa nyaman dan aman untuk makan di restoran maupun café (Winarto & Intan, 2021).

GAMBAR 1

Grafik Restoran dan Hotel di Indonesia
Capai Pertumbuhan Tertinggi Pada Kuartal II-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan laporan dari Badan Pusat Statistik (2021), ekonomi Indonesia tumbuh sekitar 7,07% secara tahunan pada kuartal II-2021. Angka pertumbuhan tersebut mulai meningkat karena adanya kenaikan dari konsumsi rumah tangga sekitar 5,93%. Pertumbuhan restoran dan hotel meningkat sebesar 16,79% dari kuartal sebelumnya yang mengalami kontraksi sebesar 4,15%. Kinerja dari restoran dan hotel juga jauh lebih baik jika dibandingkan dari kuartal II-2020 yaitu -16,53%. Sedangkan kategori makanan dan minuman meningkat sebesar 3,89% dari kuartal sebelumnya yang sebesar -2,31% dan kuartal II-2020 sebesar -0,73%.

Setiap terjadinya perubahan periode tentu ada dampak pada semua aspek termasuk terhadap pasar, perubahan yang terjadi saat *new normal* juga meningkatkan pengembangan café. Peningkatan ini tidak lepas dari banyaknya kunjungan masyarakat ke café karena generasi milenial sangat menjunjung tinggi *work life balance* yaitu adanya keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan yang membuat mereka sangat membutuhkan sosialisasi dengan orang lain secara langsung. Dikutip dari (Kompastv, 2021), menjamurnya café di berbagai daerah dipengaruhi juga oleh generasi muda yang merasa bosan dan jenuh akibat *work from home* sehingga memicu keinginan untuk melakukan pekerjaannya di luar rumah.

TABEL 1

Daftar Generasi X, Milenial, dan Z di Indonesia
(Tahun 2020)

No.	Generasi	Tahun 2020	
		Jumlah (jiwa)	Persentase
1	Pre-Boomer (<1946)	5,03 juta	1,87%
1	Baby Boomer (1946-1964)	31,01 juta	11,56%
2	Gen X (1965-1980)	58,65 juta	21,88%
3	Milenial (1981-1996)	69,38 juta	25,87%
4	Gen Z (1997-2012)	74,93 juta	27,94%
5	Post Gen Z (>2012)	29,17 juta	10,88%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (Tabel 1), generasi X, generasi milenial, dan generasi Z merupakan generasi dengan jumlah

penduduk yang berada diatas 55 juta jiwa dan generasi dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu sebesar 74,93 juta jiwa adalah generasi Z. Hal ini menguntungkan ketika ingin membuka bisnis kopi karena dominasi populasi anak muda Indonesia saat ini berada di tingkat generasi milenial dan generasi Z yang merupakan dua generasi dengan jumlah terbanyak di Indonesia. Banyaknya jumlah generasi milenial dan generasi Z membuka peluang besar di bidang industri restoran terutama café karena kebiasaan kedua generasi tersebut yang sangat suka nongkrong, dan budaya ini disebabkan karena adanya orientasi kehidupan dari kedua generasi tersebut yang lebih mengarah pada *work life balance* (Sulistyorini, 2021).

Selain itu ada beberapa hal yang menyebabkan generasi milenial dan generasi Z suka untuk bersosialisasi. Alasan yang pertama adalah tempat yang nyaman untuk menghilangkan rasa bosan, restoran kasual menjadi pilihan pertama karena lebih nyaman dan santai jika dibandingkan dengan restoran yang terlalu formal atau warung kopi yang terlalu tradisional. Alasan yang kedua adalah kebiasaan untuk tetap eksis karena generasi milenial dan generasi Z memiliki karakter yang eksistensinya ingin terus dihargai secara sosial. Alasan berikutnya adalah adanya promosi yang menarik dari sosial media, tempat yang nyaman untuk mengerjakan tugas kuliah maupun pekerjaan. Dilihat dari semua alasan diatas, kebiasaan bersosialisasi generasi milenial dan generasi Z akan terus bertahan sehingga hal tersebut akan menguntungkan dari sisi bisnis karena kebutuhan masyarakat terhadap café terus meningkat (Sulistyorini, 2021).

Tingginya tingkat sosialisasi masyarakat menimbulkan besarnya keinginan untuk makan di luar. Menurut (Walker, 2017) restoran mempunyai peran penting dalam gaya hidup masyarakat pada saat ini dan mengambil keputusan untuk makan diluar sudah menjadi bagian dari aktivitas sosial masyarakat. Pada masa kini konsumen mempunyai ekspektasi yang tinggi terhadap sebuah restoran. Kualitas makanan bukanlah satu-satunya faktor yang dapat memenuhi kepuasan konsumen di restoran, melainkan kebersihan ruangan, kenyamanan suasana turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Dikutip dari CHSE adalah *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* atau yang biasa disebut sebagai Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan. Hal ini merupakan panduan tentang Protokol Kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian COVID-19 yang diperuntukkan untuk operasional sektor pariwisata dan pengelolaan makanan dan minuman.

Faktor kebersihan dan higienitas lingkungan merupakan hal yang penting karena akan mempengaruhi udara sekitar yang akan didatangi oleh pelanggan. Banyaknya tumbuhan hijau akan menghasilkan oksigen lebih banyak untuk menciptakan udara yang segar. BSD adalah salah satu daerah di Tangerang yang memiliki prospek pelanggan yang tinggi karena areanya yang asri dan modern. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuka sebuah café di area BSD tepatnya di TabeSpots Ruko Tabebuya karena dekat dengan pusat keramaian kota.

GAMBAR 2

Peta Lokasi TabeSpots Ruko Tabebuya BSD City



Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

BSD City memiliki area jalanan yang luas dan termasuk daerah yang ramai dan sering dilewati karena merupakan salah satu akses yang luas untuk ke berbagai daerah seperti Alam Sutera, Gading Serpong, dan Karawaci. BSD City juga sangat mudah dijangkau oleh anak-anak muda karena dekat dengan beberapa universitas seperti Prasetiya Mulya, BINUS Alam Sutera, dan Universitas Pelita Harapan. Kondisi jalan raya di BSD City dinilai cukup lebar dan bagus karena jarang ditemui lubang-lubang yang dapat mengganggu aktivitas berkendara. BSD City juga memiliki pemandangan yang asri karena memiliki banyak pepohonan dan unsur tanaman lainnya. Penulis memilih Ruko Tabebuya karena memiliki pemandangan danau alami, selain itu area Ruko Tabebuya termasuk dekat

dengan lokasi perbelanjaan, perumahan, dan jalan utama di BSD City. Penulis akan memfokuskan pengembangan *café* dengan konsep desain *industrial*.

Masa *new normal* mempengaruhi aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat. Banyak yang merubah cara berperilaku baik dari pelayanan di restoran, cara melakukan pembayaran, hingga cara melakukan pemesanan lebih memanfaatkan kecanggihan teknologi. *Café* yang akan dikembangkan oleh penulis akan memanfaatkan teknologi berupa *self order kiosk* dimana konsumen dapat memilih, memesan, dan membayar secara mandiri menggunakan *screen* yang akan disediakan oleh penulis. Pembayaran oleh konsumen dapat menggunakan *EDC Machine* dari bank atau *QR-Code* yang disediakan untuk mengurangi kontak langsung dengan karyawan untuk mencegah penyebaran COVID-19. Namun, penulis akan tetap menyediakan counter yang dijaga oleh karyawan apabila terdapat kendala pada proses pemesanan konsumen sehingga dapat dialihkan ke counter yang ada untuk proses bantuan yang cepat agar tidak menghambat transaksi.

Pandemi COVID-19 membuat restoran menerapkan protokol kesehatan seperti memakai masker, menjaga jarak, dan mencuci tangan dalam kegiatan operasionalnya. Untuk mendukung protokol kesehatan tersebut, restoran dapat memanfaatkan teknologi berupa *self order kiosk*. Pengoperasian mesin *self order kiosk* sangatlah mudah dan efisien. Yang pertama dilakukan adalah mengakses daftar menu makanan yang disediakan oleh Basalt Café. Tampilan dari desain menu sangatlah menarik dan *user friendly* agar pelanggan dapat mengoperasikan dan memahami dengan

mudah. Dengan menggunakan *self order kiosk* pelanggan dapat mengetahui menu terbaru, menu yang sedang diskon, hingga menu yang sudah *out of stock*. Tersedia dua macam pemesanan dalam mesin *self order kiosk* yaitu *dine-in* dan *take away* sehingga pelanggan yang ingin membawa pulang pesannya dapat melakukan order melalui mesin *self order kiosk* yang ada. Pelanggan dapat memilih metode pembayaran secara tunai (di kasir) dengan memilih metode *Cash at Counter*, maupun non-tunai (yang bisa langsung dibayar di sistem) dengan menggunakan berbagai *e-wallet* yang tersedia dengan memindai *QR Code*. Kemudian, pelanggan dapat memilih untuk mengirimkan struk pembayaran melalui email karena adanya fitur *Payment Send Email* sehingga dapat dikirim secara otomatis ke email pelanggan.

Basalt Café merupakan nama yang dipilih oleh penulis untuk café yang akan dikembangkan. Basalt sendiri merupakan jenis batu yang kuat dan biasa digunakan untuk konstruksi bangunan yang tahan terhadap segala kondisi dan cuaca, selain itu basalt adalah jenis bahan yang ramah lingkungan dan memiliki banyak variasi warna yang menarik. Penulis memilih kata basalt karena berharap *café* yang akan dibangun dapat terus bertahan di segala macam kondisi dan situasi yang akan dihadapi kedepannya, dan terutama setiap elemen yang disajikan oleh *Basalt Café* baik dari menu, suasana, dan konsep yang dibawakan akan menjadi sebuah kesatuan yang dapat memberikan pengalaman yang menarik bagi konsumen. Desain interior dari sebuah café harus dirancang sedemikian rupa karena merupakan salah satu unsur pertama yang dinilai dari sebuah café. Salah satu desain tempat yang paling sering dilirik oleh generasi

milenial adalah *café* bergaya *industrial* karena memiliki desain yang klasik, elegan, dan santai (Pamungkas, 2021). Dengan ditambahkan dekorasi yang menarik dan adanya unsur tumbuh-tumbuhan akan menjadikan sebuah nilai tambah agar memunculkan kesan yang rapih dan modern serta menjadikan suasana *café* yang estetik.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis setiap aspek yang ada untuk menentukan *Basalt Café* layak atau tidak untuk dijalankan. Tujuan-tujuan tersebut dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Mencakup keseluruhan aspek kelayakan bisnis yang berkaitan dengan rencana mendirikan bisnis, yaitu:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

- 1) Menganalisis *supply and demand*.
- 2) Menganalisis segmentasi pasar, target pasar, dan posisi bisnis.
- 3) Menganalisis bauran pemasaran yang mencakup produk, harga, promosi, sumber daya manusia, distribusi, dan kerja sama.
- 4) Menganalisis bidang ekonomi, sosial, politik, lingkungan hidup, hukum, dan teknologi yang akan digunakan pada bisnis terkait.

b. Aspek Operasional

- 1) Menganalisis jenis kegiatan dan fasilitas.
- 2) Perhitungan kebutuhan ruang untuk fasilitas sebagai operasional bisnis.

- 3) Menganalisis pemilihan lokasi dan teknologi.
 - 4) Menganalisis aspek kesehatan untuk mengurangi penyebaran COVID-19.
- c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia
- 1) Menganalisis aspek yuridis dari perusahaan.
 - 2) Menganalisis pengembangan sumber daya manusia.
 - 3) Menganalisis penyusunan organisasi perusahaan.
- d. Aspek Keuangan
- 1) Menganalisis kebutuhan dana atau modal serta membuat laporan keuangan untuk mengukur estimasi keuntungan yang akan diperoleh, baik bagi pendiri usaha maupun calon investor.

Dengan menganalisis aspek-aspek di atas, diharapkan pendiri usaha dapat mempermudah perencanaan, mengurangi resiko kerugian, serta mempermudah pelaksanaan pekerjaan. Pengusaha berharap bisnis yang dijalankan adalah bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan dan bertahan lama, sehingga melalui studi kelayakan bisnis ini, penulis meneliti aspek-aspek yang berhubungan dengan bisnis agar dapat diputuskan untuk tetap menjalankan bisnis ini dan mencapai garis kesuksesan, merubah beberapa hal yang beresiko besar dalam bisnis, atau menghentikannya untuk menghemat waktu, biaya, serta tenaga.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Mencakup tujuan-tujuan lainnya yang ingin dicapai melalui bisnis yang akan didirikan, yaitu:

- a. Membantu kesejahteraan petani kopi Indonesia dengan menggunakan biji kopi asli dari Indonesia.
- b. Mengalihkan masyarakat dari konsumsi minuman kurang sehat (bersoda, pemanis buatan, dan bahan pengawet) menjadi penikmat kopi yang kaya akan manfaat bagi tubuh.
- c. Mendirikan usaha di bidang minuman yang mengedepankan teknologi untuk menciptakan pengalaman menarik bagi konsumen dengan suasana modern.
- d. Memberikan wawasan dasar kepada konsumen bagaimana cara untuk mengolah dan menikmati kopi serta jenis *coffee art*.
- e. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.
- f. Menarik perhatian masyarakat di sekitar Tangerang untuk berkunjung agar dapat menikmati kebiasaan baru di *coffee shop* menggunakan *self order kiosk*.

C. Metodologi Penelitian

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis Basalt Café diperlukan metode untuk mengumpulkan data secara objektif. Menurut Sekaran & Bougie (2020), sebuah kegiatan untuk menelusuri suatu masalah spesifik yang bertujuan untuk mencari jawaban atau solusi bagi permasalahan tersebut yang dilakukan secara, sistematis, terorganisir, kritis dan objektif disebut penelitian.

1. Jenis Penelitian

Menurut Sekaran & Bougie (2020), jenis penelitian untuk mendapatkan data dalam bentuk angka yang pada umumnya

dikumpulkan dengan pertanyaan terstruktur disebut dengan penelitian kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data berupa kata-kata yang diperoleh melalui wawancara, kuesioner terbuka dan observasi disebut penelitian kualitatif.

Studi kelayakan bisnis *Basalt Café* akan menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang didukung dengan menggunakan penelitian kualitatif, dimana penelitian kuantitatif dilaksanakan untuk mengetahui dan mengolah data dari responden yang telah mengisi kuesioner hingga dapat diketahui kondisi pasar yang sedang tren saat ini, lokasi bisnis yang dipilih adalah BSD City tepatnya di TabeSpots Ruko Tabebuya. Sedangkan penelitian kualitatif dilaksanakan untuk mengetahui hasil data observasi non-partisipatif.

2. Sumber Data

Menurut Sekaran & Bougie (2020), ada dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua sumber data tersebut digunakan oleh penulis dalam melakukan studi kelayakan bisnis *Basalt Café*, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang didapatkan dari tangan pertama oleh peneliti untuk tujuan khusus penelitian. Cara mendapatkan data primer dilakukan dengan wawancara secara langsung, observasi dan memberikan kuesioner kepada setiap individu yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis

(Sekaran & Bougie, 2020). Adapun instrumen pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Basalt Café, yaitu:

1) Kuesioner

Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan terstruktur yang sudah disusun dan digunakan untuk merekam jawaban dari responden secara tertulis, untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dari responden (Sekaran & Bougie, 2020).

2) Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2020), populasi adalah sekelompok orang, kegiatan, atau suatu objek yang dijadikan target untuk diteliti. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu sendiri. Dalam penelitian ini populasi yang akan diambil adalah masyarakat yang berdomisili di Provinsi Banten. Sedangkan sampel yang akan diambil adalah masyarakat yang berdomisili di area Tangerang dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *convenience sampling* dimana sampel akan dipilih secara acak.

Menurut (Sekaran & Bougie, 2020), *nonprobability sampling* digunakan untuk memilih sampel ketika jumlah elemen dalam populasi tidak diketahui secara pasti dan terlalu banyak, sehingga akan muncul kesempatan bagi setiap sampel dalam populasi untuk dipilih secara acak, dan menurut (Sekaran & Bougie, 2020), *convenience sampling* merupakan cara terbaik

untuk mendapatkan informasi secara efisien dan cepat karena dilakukan dengan memilih sampel secara acak.

3) Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Menurut (Sekaran & Bougie, 2020), validitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk mengukur seberapa baik sebuah instrumen yang dikembangkan agar dapat digunakan untuk mengukur suatu konsep. Sedangkan, reliabilitas adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengukur instrumen pertanyaan yang bebas dari kesalahan (Sekaran & Bougie, 2020).

4) Observasi Langsung

Observasi adalah sebuah kegiatan yang direncanakan untuk melihat, merekam, menganalisis, serta menginterpretasikan kebiasaan, tindakan, dan juga kegiatan tertentu (Sekaran & Bougie, 2020). Observasi langsung dilakukan oleh peneliti dengan cara mengunjungi tempat bisnis yang akan didirikan yaitu di TabeSpots Ruko Tabebuya BSD untuk mengetahui kondisi lingkungan dan pasar.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah ditulis oleh orang lain (data yang sudah tersedia) dalam kurun waktu yang singkat, dimana peneliti tidak perlu mendapatkan data secara langsung dari narasumber lalu data tersebut digunakan oleh peneliti untuk melakukan studi dengan tujuan yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2020). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini didapat

dari studi pustaka buku, jurnal, artikel, lembaga statistik pemerintahan, dan situs terpercaya yang digunakan sebagai dasar teori dan pengembangan pemikiran untuk studi kelayakan bisnis *Basalt Café*.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada responden di daerah BSD City dan sekitarnya seperti Ciputat, Pamulang, Pondok Aren, Serpong Utara, Kota Tangerang, Tangerang Selatan, karena daerah tersebut berdekatan dengan rencana pendirian bisnis *Basalt Café*. Peneliti juga akan menyebarkan kuesioner kepada responden di luar daerah Tangerang seperti Jakarta dan tidak menutup kemungkinan daerah luar kota, untuk mengetahui apakah ada minat dari responden luar daerah Tangerang untuk mengunjungi *Basalt Café*. Kuesioner akan disebarkan dari tanggal 11 Oktober 2021 sampai tanggal 21 Oktober 2021. Observasi langsung akan dilakukan di wilayah BSD City secara keseluruhan pada tanggal 14 Oktober 2021.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Restoran adalah suatu jenis usaha yang melakukan proses produksi serta melakukan proses pelayanan dan pada umumnya memiliki kapasitas produksi yang terbatas dalam rentang waktu tertentu dengan jumlah kursi serta kapasitas memasak yang terbatas (Teja Sukmana, 2016).

2. Aspek-aspek Restoran

Produk utama yang ditawarkan sebuah restoran adalah berupa *tangible product* dan *intangible product*. *Tangible product* adalah segala produk yang memiliki wujud dapat dilihat, disentuh, serta dirasakan seperti halnya makanan dan minuman. Sedangkan *intangible product* adalah segala produk yang wujudnya tidak dapat dilihat namun dapat dirasakan seperti pelayanan yang diberikan oleh pegawai kepada tamu, kenyamanan tempat, suasana restoran, desain interior, dan sejenisnya (Sapto Utomo et al., 2014).

3. Sejarah Restoran

Restoran sudah ada sejak ratusan tahun yang lalu. Pada tahun 512 SM, terdapat sebuah tempat makan dengan menawarkan satu jenis makanan di Mesir. Makanan tersebut adalah kombinasi dari daging burung liar yang dicampur dengan bawang dan juga sereal. Dikatakan bahwa makan siang yang dibuat untuk para pengusaha pertama kali dibuat oleh seorang penjaga kedai bangsa *Roman* pada tahun 40 SM bagi mereka yang terlalu sibuk dan tidak sempat untuk makan di rumah (Narim, 2011).

4. Klasifikasi Restoran

Pada perkembangan zaman ini, dengan adanya tuntutan pelayanan cepat saji, maka telah berkembang restoran dengan sistem pelayanan *fast food* (Narim, 2011). Menurut (Walker, 2017) restoran dibagi ke beberapa tipe menurut pengelolaan dan sistem penyajiannya, antara lain:

a. *A'la Carte Restaurant*

Restoran *a'la carte* adalah restoran yang telah memiliki izin untuk menjual berbagai macam makanan lengkap yang disertai dengan banyak variasi dan tamu dibebaskan untuk memilih makanan yang mereka inginkan. Tiap makanan yang ada di dalam menu restoran *a'la carte* ini memiliki tarifnya sendiri.

b. *Table D'hote Restaurant*

Restoran *table d'hote* adalah restoran khusus yang hanya menjual satu susunan menu lengkap yang terdiri dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup dengan harga yang sudah ditentukan.

c. *Coffee Shop* atau *Brasserie*

Coffee shop atau *brasserie* adalah jenis restoran yang berhubungan dengan hotel yaitu ketika tamu bisa mendapatkan sarapan, makan siang, dan makan malam secara cepat dengan harga yang sesuai. Biasanya sistem pelayanan yang digunakan di *coffee shop* atau *brasserie* adalah *american service* yang mengutamakan kecepatan atau dengan istilah lain yaitu *ready on plate service* yang artinya makanan sudah disusun dan disiapkan diatas piring. Tidak terkecuali juga terkadang penyajiannya dapat dilakukan dengan menggunakan *buffet* atau prasmanan.

d. *Café*

Café dapat dikategorikan sebagai restoran kecil yang biasanya lebih mengutamakan penjualan *light meals* seperti *cake*, roti, kopi dan teh. *Café* cenderung memiliki pilihan menu makanan yang terbatas dan tidak menjual minuman yang mengandung alkohol.

e. *Continental Restaurant*

Continental restaurant adalah jenis restoran yang menitik beratkan penyajian hidangan dengan pelayanan yang *elaborate* atau mewah. Suasana jenis restoran ini termasuk ke dalam kategori santai, susunannya agak rumit dan diperuntukkan bagi tamu yang ingin makan dengan santai.

f. *Discotheque*

Discotheque merupakan salah satu jenis restoran yang tergabung dengan suasana tempat dansa sambil mendengarkan music dan biasanya menampilkan pertunjukkan *live band*. Biasanya diskotik memiliki bar sebagai salah satu fasilitas utama, dan hidangan yang disediakan biasanya berupa *light meals* atau *snack*.

g. *Grill Room*

Grill room adalah jenis restoran yang menyediakan berbagai macam jenis potongan daging panggang. *Grill room* biasa disebut juga dengan *steak house*. Secara umum, ruang makan dengan dapur restoran dibatasi oleh sekat menggunakan dinding kaca agar para tamu dapat memilih potongan daging yang diinginkan dan melihat proses memasaknya secara langsung.

5. Jenis-jenis Layanan

Menurut (Walker, 2017), jenis-jenis layanan restoran terbagi menjadi:

a. *Self Service*

Pelanggan dipersilahkan untuk mengambil dan membawa pesanan makanannya sendiri setelah memilih dan membayar di counter tanpa dibantu oleh pegawai restoran.

b. *Vending*

Pelanggan melakukan pemesanan makanan menggunakan *vending machine* dan pesanan akan segera keluar dari mesin tersebut.

c. *The Carvery*

Pelanggan akan mengambil bahan makanan kemudian akan disajikan oleh koki sesuai dengan porsi yang sudah dipilih oleh pelanggan. Biasanya jenis layanan ini terdapat pada grill section atau noodle section pada restoran buffet.

d. *The Carousel*

Makanan yang sudah siap dihidangkan akan diletakkan pada rantai yang berjalan kemudian pelanggan dapat memilih dan mengambil makanan yang diinginkan dari rantai tersebut.

e. *Buffet*

Jenis layanan ini disebut juga dengan prasmanan dan pelanggan bebas untuk mengambil makanan dari meja prasmanan untuk langsung dikonsumsi atau dimasak terlebih dahulu.

f. *Cafeteria*

Pelanggan diwajibkan mengambil nampan di awal antrian lalu memesan makanan melalui etalase kemudian pelayan langsung menyajikan makanan pada nampan tersebut dan pelanggan membayar di akhir jalur.

g. *Take Away Service*

Pelanggan memiliki opsi untuk membawa pulang makanan yang dipesan, biasanya restoran hanya menyajikan menu terbatas dan cepat saji. Contohnya seperti Geprek Bang Jago.

h. *Counter Service*

Pelanggan dilayani secara langsung oleh koki yang memasak di hadapan tamu, biasanya jenis layanan ini diterapkan di restoran *teppanyaki*.

i. *Drive-Thru Service*

Pelanggan memesan makanan dari dalam mobil melalui jendela restoran yang dikhususkan untuk *drive-thru* tanpa harus masuk ke restoran. Kemudian pelayan akan segera menyiapkan makanan dan memberikannya kepada pelanggan melalui jendela mobil.

6. Sejarah Kopi di Indonesia

Awal mula perkembangan kopi di Indonesia dimulai sejak abad ke-16. Pada masa itu Indonesia sedang berada dalam kekuasaan penjajahan Belanda. Lalu sekitar tahun 1696 India mengirimkan bibit kopi arabika kepada gubernur Belanda untuk dikembangkan di Indonesia khususnya di daerah Batavia. Jenis-jenis kopi yang ditanam pada masa penjajahan adalah jenis arabika dan robusta yang daya jualnya relatif rendah. Atas kegigihan petani kopi yang ada di Indonesia, semakin lama perkebunan kopi makin berkembang. Setelah era tahun 2000-an, perkembangan kopi kembali melejit karena sebelumnya pasar kopi sempat pasang surut setelah Indonesia merdeka karena saat itu sedang terjadi krisis

politik dan ekonomi. Sejak saat itu, olahan kopi semakin bervariasi dan kopi menjadi salah satu minuman favorit banyak orang (Wahyudi et al., 2018).

Sekitar kurang lebih satu abad, biji kopi arabika berkembang sebagai tanaman rakyat. Perkebunan kopi pertama berada di Jawa Tengah yang terbentuk pada awal abad ke-19 dan di Besuki sekitar pada akhir tahun 1900-an. Sekitar hampir dua abad, kopi arabika merupakan satu-satunya jenis kopi komersial yang di tanam di Indonesia. Jenis kopi arabika hanya bisa bertahan di daerah dataran tinggi sekitar 1000 meter di atas permukaan laut, dimana sarangan penyakit karat daun tidak begitu signifikan. Sedangkan jenis kopi robusta (*coffea canephora*) mulai masuk ke Indonesia pada tahun 1900 dan kopi ini tahan terhadap penyakit karat daun serta memiliki syarat tumbuh dan pemeliharaan yang lebih mudah, dan juga produksinya jauh lebih tinggi. Oleh karena itu jenis kopi robusta lebih cepat berkembang, dan menurunkan pasar kopi-kopi lainnya. Sampai saat ini lebih dari 90% areal pertanaman kopi Indonesia terdiri dari jenis kopi robusta (Wahyudi et al., 2018)

7. Jenis-jenis Kopi

Menurut Rachmawati (2015) terdapat empat jenis varietas kopi yang dikenal, yaitu:

a. Arabica

Kopi arabika merupakan jenis kopi tradisional yang memiliki cita rasa terbaik. Jenis kopi arabika ini memiliki kualitas cita rasa yang tinggi disertai dengan kadar kafein yang lebih rendah sehingga harganya

relatif mahal. Dalam segi rasa, arabika memiliki beragam variasi rasa yang berbeda, dari rasa kuat dan tajam dan juga rasa manis dan lembut. Sebelum biji kopi arabika disangrai, aromanya terasa seperti bluberi dan setelah disangrai aroma biji kopi arabika akan terasa seperti buah-buahan dan manis.

b. Robusta

Kopi robusta bisa dikatakan sebagai kopi kelas dua, karena memiliki segi rasa yang lebih tajam, sedikit asam, pahit, dan mengandung kafein yang jauh lebih tinggi. Sebelum disangrai, biji kopi robusta beraroma seperti kacang-kacangan. Jenis kopi robusta jarang yang berkualitas tinggi di pasaran namun jenis kopi robusta dinilai lebih tahan terhadap penyakit karat daun.

c. Liberica

Kopi *liberica* adalah jenis kopi yang asalnya dari salah satu negara di Afrika bagian barat yaitu Liberia. Tanaman kopi ini dapat tumbuh hingga tingginya mencapai 9 meter. Pada abad ke-19 jenis kopi ini didatangkan ke Indonesia ditujukan untuk menggantikan kopi *arabica* yang mudah terserang oleh penyakit karat daun. Kopi jenis *liberica* termasuk tanaman hutan yang dapat ditemui di pedalaman Kalimantan.

d. Excelsa

Jenis kopi excelsa cenderung hampir sama dengan kopi liberika, keduanya kurang dikenal secara umum karena memiliki beragam variasi dan ukuran biji, serta memiliki kualitas rasa yang lebih rendah diantara jenis kopi arabika dan robusta. Di sisi lain, jenis kopi excelsa

kurang mampu untuk memenuhi pasokan kopi dunia yang bertambah setiap tahunnya.

8. Aplikasi Konsep Teoritikal

Basalt Café merupakan café yang menyajikan kopi sebagai menu utama atau *signature* bagi konsumen dan disertai dengan berbagai makanan dari makanan pembuka hingga penutup. Untuk mendukung pencegahan penyebaran virus COVID-19, Basalt Café akan menghadirkan sistem *self order kiosk* dimana konsumen akan melakukan pemesanan secara mandiri melalui *screen* yang sudah disediakan dan pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan *EDC Machine, QR-Code*, atau dapat dilakukan secara tunai di *counter* yang ada. Berikutnya, konsumen akan diberikan alat berupa *Wireless Waiter Calling System* yang akan berbunyi saat pesanan sudah siap untuk diambil secara mandiri di *pick-up counter* yang telah disediakan. Penulis memiliki perencanaan awal untuk menggunakan produk *self ordering kiosk* dari VesTouch yang memberikan paket lengkap berupa perangkat keras dan perangkat lunaknya. Lokasi yang akan dipilih untuk mengembangkan bisnis Basalt Café berada di TabeSpots Ruko Tabebuya BSD City karena memiliki jangkauan daerah yang cukup luas dan akses masuk yang mudah serta lahan parkir yang memadai. Selain itu TabeSpots memiliki pemandangan alam berupa danau yang terbentuk secara alami sebagai nilai tambahan yang menarik bagi konsumen. Basalt Café akan menyediakan kopi sebagai menu minuman utama dan menu minuman lain berupa *mocktail* yang menyegarkan.

Kemudian Basalt Café akan menyediakan menu *Western* dan *Italian* sebagai makanan utama seperti *chicken wrap* dan *pasta* yang akan disajikan dengan menu pendamping berupa *cake* dan *pastry*. Untuk menu *cake* akan berbeda-beda tergantung kesediaan stok pada hari itu (*Cake of The Day*), sedangkan menu *pastry* yang akan disajikan antara lain *croissant* dan *danish*.

