

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor industri di Indonesia yang berkembang dengan sangat cepat dari tahun ke tahun. Dengan berkembangnya industri pariwisata, berdampak terhadap perkembangan aspek ekonomi suatu daerah. Menurut UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 mengatakan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang menghasilkan barang dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhan para wisatawan. Terdapat beberapa sektor dari usaha pariwisata yaitu daya tarik wisata, makanan dan minuman, akomodasi, pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, spa, dan wisma.

Menurut (Poerwanto and Shambodo, 2020) kegiatan pariwisata dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dalam suatu negara, tidak hanya itu dengan adanya usaha pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan sosial bagi para masyarakat yang berada di daerah wisata tersebut khususnya masyarakat lokal. Hal ini disebabkan karena adanya perkembangan industri pariwisata yang dapat menyediakan usaha baru dan menciptakan lapangan kerja.

**TABEL 1**  
Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata (Miliar US\$)

Sektor	2017	2018	2019	2020
Pariwisata	13,139	16,426	19,758	3,54

Sumber : Badan Pusat Statistik (2021)

Dapat dilihat pada tabel 1 bahwa pariwisata memberikan sumbangsi yang cukup besar terhadap pendapatan devisa negara. Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2017-2019 sektor wisata mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun, pada tahun 2020 dunia dihadapkan oleh masalah global yaitu pandemi COVID-19 yang berdampak pada seluruh aspek salah satunya adalah industri pariwisata, dimana roda perekonomian tidak berjalan seperti biasanya dan berdampak pada penurunan pada sektor pariwisata.

Dalam industri pariwisata, terdapat salah satu komponen industri yang cukup berpengaruh yaitu penyediaan akomodasi makanan dan minuman yang meliputi *cafe*, restoran, warung dan lainnya. Seperti yang dipaparkan Abraham Maslow dalam (SEJATI, 2018) bahwa terdapat 5 kebutuhan hierarki manusia yaitu aktualisasi diri, penghargaan, sosial, rasa aman, dan fisiologis.

**GAMBAR 1**  
Teori Hierarki Manusia Menurut Abraham Maslow



Sumber : (SEJATI, 2018)

Pemenuhan kebutuhan yang paling dasar dan penting adalah kebutuhan fisiologis yang meliputi makanan, minuman, tidur, pakaian. Dari piramida tersebut diketahui apabila terpenuhinya kebutuhan makanan dan minuman maka manusia mampu bertahan hidup.

**TABEL 2**  
 Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi Makanan dan Minuman (Miliar Rupiah) di Sulawesi Selatan Tahun 2016-2020

2016	2017	2018	2019	2020
3.655,58	4.091,98	4.612,02	4.907,93	4.325,23

Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan (2020)

Menurut Direktur Jenderal Industri Industri Agro Kementerian Perindustrian, Abdul Rochim dalam (Siregar, 2021), mengatakan bahwa sektor makanan dan minuman tetap menjadi sektor andalan selama masa pandemi dan berkontribusi besar dalam Produk Domestik Bruto. Jumlah nilai PDRB atas dasar harga konstan dalam suatu sektor lapangan usaha menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun. Berdasarkan tabel 3, dapat di lihat peningkatan produk domestik regional bruto dalam penyediaan akomodasi dan makanan dari 2016-2019 terus bertambah, hal ini menunjukkan bahwa Makassar mempunyai minat dalam hal penyediaan makanan dan minuman. Namun tidak dapat dipungkiri pada tahun 2020 mengalami penurunan , hal ini dapat disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang menyebabkan terbatasnya ruang gerak untuk melakukan kegiatan perekonomian.

**TABEL 3**  
 Jumlah Pertumbuhan Penduduk Kota Makassar

2017	2018	2019	2020
1.489.011	1.508.154	1.526.677	1.423.887

Sumber: Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan (2020)

Kota Makassar merupakan ibukota dari provinsi Sulawesi Selatan dan merupakan kota terbesar di Indonesia bagian Timur. Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penduduk kota Makassar dalam

rentang waktu 2017-2019 mengalami pertumbuhan secara terus menerus. Ketika terjadi pertumbuhan penduduk, tentu saja akan mendorong meningkatnya permintaan terhadap kebutuhan masyarakat. Namun, pada tahun 2020 mengalami penurunan, hal ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang membuat angka kematian tinggi.

**TABEL 4**  
Jumlah Penduduk Kota Makassar Dalam Kecamatan

<b>Kecamatan</b>	<b>2020</b>
Tamalanrea	103.177.000
Biringkanaya	209.048.000
Manggala	16.724.000
Panakukang	139.590.000
Tallo	144.977.000
Kep.Sangkarrang	4.125.000
Ujung Tanah	35.789.000
Bontoala	54.996.000
Wajo	29.772.000
Ujung Pandang	24.526.000
Makassar	82.067.000
Rappocini	144.587.000
Mamajang	56.049.000
Tamalate	180,824.000
Mariso	57,426.00

Sumber : Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan (2021)

Dengan melihat adanya peluang dalam industri pelayanan makanan dan minuman, penulis akan membuka *dessert cafe* di kota Makassar. Berdasarkan tabel 4, lokasi penempatan *cafe* akan berada di Kecamatan Rappocini dikarenakan Kecamatan Rappocini adalah kecamatan dengan penduduk terbanyak ke-3 di Kota Makassar. Dengan populasi penduduk yang banyak, maka tingkat potensi usaha juga tinggi dan *cafe* akan dikunjungi banyak pelanggan.

**GAMBAR 2**  
Pertumbuhan *Cafe* di Kota Makassar



Sumber: Dinas Pariwisata Kota Makassar (2020)

Selama tahun 2015-2020 jumlah *cafe* di Makassar mengalami peningkatan pesat. Dari fenomena tersebut membuktikan bahwa para pelaku usaha melihat *cafe* sebagai peluang usaha yang potensial untuk memperoleh laba. Tidak hanya itu, menurut Ketua Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Andi Rahmad Mangabarani (2021) yang dilansir oleh tribun timur mengutarakan bahwa selama masa pandemi COVID-19 usaha *cafe* berkontribusi pada ekonomi Sulawesi Selatan dan dimanfaatkan oleh para pekerja WFH untuk bekerja dari *cafe* ke *cafe*.

Menurut (Ninla , 2019) *cafe* tidak hanya menyediakan hidangan namun *cafe* juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat untuk bersosialisasi, menikmati hidangan dan bersantai. Pembukaan *cafe* sendiri, dilatarbelakangi oleh masyarakat Makassar yang senang mencoba hal baru dalam hal makanan dan minuman, selain itu budaya bersantai di dan mengambil foto di *cafe* sangat marak di kalangan generasi muda di Kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya Instagram kuliner yang menjadi salah satu penunjang visibilitas restoran dan *cafe* untuk semakin

dikenal di Makassar. Beberapa contoh akun Instagram kuliner di Makassar adalah @cafemakassar, @mksfoodbang, @kulinermakassar.

**TABEL 5**  
Daftar *Dessert Cafe* di Kota Makassar

<b>Nama</b>	<b>Lokasi</b>	<b>Produk</b>
<i>Laku Patisserie</i>	Ujung Pandang, Makassar	<i>French pastry</i>
<i>Cafe Mama</i>	Wajo, Makassar	<i>Traditonal dessert</i>
<i>Bien Cafe</i>	Ujung Pandang, Makassar	<i>Cake, Choux &amp; Eclairs</i>
<i>Cinnamon Cafe</i>	Tamalate , Makassar	<i>Dessert box, cake</i>
<i>Kozi Cafe</i>	Mariso, Makassar	<i>French pastry</i>
<i>Social Barn</i>	Ujung Pandang , Makassar	<i>French pastry</i>
<i>Cangkir Bakery &amp; Cafe</i>	Rapoccini, Makassar	<i>Bakery, Cake</i>

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis (2021)

Tabel 5 menunjukkan beberapa *dessert cafe* yang ada di Makassar. *Laku Patisserie*, *Bien Cafe*, *Cangkir Bakery & Cafe*, *Cinnamon Cafe*, merupakan *dessert cafe* yang bertahan selama hampir 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Makassar mempunyai minat dalam *dessert cafe*. Selain itu, *Kozi cafe* dan *Social Barn* adalah *cafe* yang baru saja berdiri pada saat pandemi COVID-19, dapat dilihat walaupun adanya pandemi peluang usaha *cafe* masih ada. Menurut (Cho et a.l., 2020) hingga saat ini tren *dessert cafe* semakin berkembang, target *dessert cafe* sendiri adalah anak muda dengan menyajikan hidangan berupa makanan ringan dan di nikmati dengan suasana nyaman.

Menurut (Hamidah & Komariah, 2018) *dessert* adalah makanan penutup yang biasanya mempunyai rasa manis dan asin. Terdapat berbagai macam jenis *dessert* dengan cita rasa yang berbeda antara satu negara dengan lainnya salah satunya Jepang. Menurut (Gevilem, et al., 2017)

produk budaya Jepang membentuk generasi baru konsumerisme di Asia, khususnya di Indonesia. Hidangan dengan cita rasa Jepang menjadi populer di Indonesia beberapa tahun belakangan ini dan cocok dengan lidah masyarakat Indonesia.

Dikatakan oleh (Penascal, 2020), *dessert* Jepang sendiri merupakan adaptasi dari kue atau *pastry* yang berasal dari luar negeri yang diubah dengan caranya sendiri, yang biasanya disediakan dalam berbagai *flavor*. Menurut (Limarzi, 2019) beberapa *flavors* atau cita rasa tradisional Jepang yang umum digunakan adalah *azuki*, *yuzu*, *kinako*, *matcha* dan *hojicha*.

Dengan melihat data dan tren yang sudah dipaparkan diatas, penulis melihat adanya peluang untuk membuka bisnis *dessert cafe* di Kota Makassar dengan nama *Kirei dessert cafe*. Alasan membuka *dessert cafe* ini dikarenakan *cafe* menjadi salah satu peluang usaha yang potensial di Kota Makassar. *Kirei dessert cafe* akan membawakan konsep “*bringing the flavor of Japan into your mouth*” dimana *cafe* akan menjual kue atau hidangan penutup seperti *cake with mochi cream*, *Japanese cheesecake*, *Hokkaido mille crepes*, *chiffon sando* dan *roll cake* dengan *filling* atau *flavor* kue yang terinspirasi dari *flavor* tradisional Jepang seperti: *matcha*, *hojicha*, *kinako*, *taro* dan sebagainya. Selain menjual kue, *Kirei dessert cafe* akan menjual minuman dengan bahan dasar teh Jepang seperti: *sencha*, *hojicha*, *matcha*, *green tea* yang terdiri atas minuman *non-coffee* dan *coffee*. *Kirei dessert cafe* juga akan menyediakan paket *bundling*, paket *cake platter*, *hampers* dan *whole cake* yang dapat diberikan ketika ada *event* atau acara.

Mengingat bahwa pandemi COVID-19 masih ada, *Kirei dessert cafe* juga harus menyesuaikan dan beradaptasi dengan kondisi dan regulasi yang ada agar bisa bertahan di masa pandemi. *Kirei dessert cafe* akan menyediakan layanan *takeaway* dan bekerja sama dengan aplikasi pihak ketiga seperti Grab, Gojek, Tokopedia dan Shopee untuk memaksimalkan penjualan yang ada.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis**

### 1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

#### a. Aspek Pemasaran

Menganalisis kelayakan permintaan pasar, penawaran, segmentasi, target, posisi usaha, bauran pemasaran, ekonomi, sosial, politik, hukum, lingkungan hidup dan teknologi yang digunakan dalam pelaksanaan usaha.

#### b. Aspek Operasional

Menganalisis jenis aktivitas dan kebutuhan fasilitas, peralatan, teknologi, penentuan lokasi, layout produksi dan proses produksi.

#### c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis struktur organisasi dan tanggung jawab dari masing-masing sumber daya manusia yang ada sehingga mengetahui tanggung jawab masing-masing serta pengembangan dari sumber daya manusia.

#### d. Aspek keuangan

Menganalisis keuangan usaha, melihat sumber dana yang dibutuhkan, pendapatan, biaya operasional, laporan arus kas, laporan laba rugi, neraca dan manajemen risiko

## 2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Aspek Pemasaran
- b. Membuka lapangan kerja bagi para masyarakat
- c. Mendapatkan keuntungan dari pembukaan usaha
- d. Menyediakan pelayanan dan *dessert* yang dapat dinikmati masyarakat

## C. Metodologi

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis, diperlukan data yang mendukung layak atau tidaknya suatu bisnis untuk dijalankan. Maka dari itu, *Kirei dessert cafe* melakukan dua metode pengumpulan data yaitu :

### 1. Data Primer

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber pertama atau sumber asli untuk tujuan penelitian dengan cara interview, observasi, kuesioner dan eksperimen. Pengumpulan data primer dalam studi kelayakan bisnis *Kirei dessert cafe* adalah sebagai berikut:

#### a. Kuisisioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), kuesioner merupakan suatu kumpulan pertanyaan tertulis dan terstruktur yang digabung

menjadi satu kesatuan dan diberikan kepada responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi. Terdapat dua macam jenis kuesioner yaitu

1) *Personally administered questionnaires*

Peneliti langsung menyebarkan kuesioner kepada responden.

2) *Electronic questionnaires* :

Merupakan penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui perantara media seperti pos, e-mail dan lainnya yang respondennya dapat mencakup wilayah yang luas.

Penyebaran kuisisioner akan dilakukan dengan menggunakan *electronic questionnaires* dikarenakan lebih mencakup wilayah yang luas dan mudah disebarkan. Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), populasi merupakan sekelompok orang, kegiatan yang akan menjadi target penelitian. Target populasi yang dari *Kirei dessert cafe* adalah masyarakat yang berdomisili di Makassar, dimulai dari remaja hingga dewasa, kalangan menengah sampai menengah ke atas. Untuk memperoleh data dari kuesioner, terdapat dua metode *sampling design* yaitu:

1) *Probability Sampling*

a) *Simple Random Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) pengambilan sampel dilakukan secara acak dan setiap populasi mempunyai kesempatan yang sama menjadi sampel)

b) *Systematic Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), pengambilan sampel menggunakan pola elemen pertama dari populasi secara acak dan kemudian selanjutnya dipilih sesuai dengan interval yang sama.

c) *Stratified Random Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), metode ini dilakukan dengan memilih anggota kelompok dari kelompok yang mempunyai karakteristik yang sama.

d) *Cluster Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) , metode ini membagi populasi menjadi kelompok sampel yang memiliki karakteristik yang sama.

2) *Non-Probability Sampling*

a) *Convenience Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) , *convenience sampling* adalah metode pemilihan sampel dengan bebas dan dengan populasi yang tersedia. Keuntungan dari *convenience sampling* adalah data yang diperoleh cepat dan mudah.

b) *Purposive Sampling*

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), *purposive sampling* adalah pemilihan sampel kepada respondent tertentu sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. *Purposive sampling* sendiri terbagi lagi menjadi dua,

yaitu *quota sampling* yang merupakan pengambilan sampel berdasarkan kuota yang telah ditetapkan oleh peneliti dan *judgment sampling* adalah sampel yang dipilih berdasar penilaian yang sudah ditentukan dan mempunyai tujuan yang jelas.

Dalam melakukan pengambilan data, *Kirei dessert cafe* akan menggunakan metode *convenience sampling* yang merupakan pengumpulan informasi kepada populasi secara acak. Dengan menggunakan *convenience sampling* data yang dikumpulkan sangat efisien, cepat serta tidak membutuhkan waktu yang lama.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), observasi merupakan proses pengumpulan data dengan cara menganalisis, merekam dan menginterpretasikan suatu tindakan atau perilaku. Observasi yang akan dilakukan penulis adalah dengan mengobservasi lingkungan di sekitar *Kirei dessert cafe* dan kompetitor yang berada di dekat usaha *Kirei dessert cafe*. Dengan melihat keadaan sekitar di *Kirei dessert cafe*, akan membantu untuk melihat tren dan menyusun langkah-langkah selanjutnya untuk membuat *cafe* berkembang.

2. Data Sekunder

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016) data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti lain untuk tujuan lain selain studi saat

ini. Data sekunder dalam penelitian dapat didapatkan melalui buku, artikel, jurnal, statistik, lembaga pemerintahan dan sumber lainnya yang mendukung.

### 3. Uji Validitas dan Reabilitas

Menurut (Sekaran & Bougie, 2016), uji validitas merupakan sebuah pengukuran untuk mengukur seberapa baik instrumen penelitian dapat mengukur konsep yang akan diteliti. Sedangkan, uji reliabilitas adalah pengukuran data agar tidak bias dan menghasilkan pengukuran konsisten berdasarkan waktu dan instrumen yang ada.

## **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

### 1. Pariwisata

Menurut (Walker, 2017a), pariwisata didefinisikan sebagai industri terbesar di dunia dan dinamis yang menggerakkan para konsumen. Dimana terdapat komponen yang saling berkaitan satu sama lain seperti pariwisata; perjalanan, penginapan, konvensi, meeting, event; restoran, pelayanan, destinasi dan manajemen acara, rekreasi. Sedangkan menurut (Simanjuntak, Bungaran Antonius Tanjung & Nasution, 2017), pariwisata merupakan keseluruhan fenomena yang dilakukan wisatawan dimulai dari fasilitas dan layanan yang disediakan oleh para pelaku pengusaha, masyarakat, pemerintah serta yang terkait dalam bidang tersebut.

## 2. Restoran

Menurut (Utama, 2014), restoran merupakan suatu tempat dimana tamu dapat membeli serta mengkonsumsi makan dan minuman atau merupakan bagian yang menyiapkan makanan dan minuman bagi para tamu yang membutuhkan. Sedangkan, menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014 menyatakan bahwa restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan serta penyimpanan untuk memperoleh suatu keuntungan atau laba.

## 3. Jenis-Jenis Restoran

Menurut (Walker, 2017b), restoran dapat dikategorikan dalam beberapa jenis, sebagai berikut:

### a. *Chain Restaurant*

Merupakan restoran yang memiliki konsep, desain, pasar, layanan dan makanan yang sama di setiap lokasi. Keuntungan dari restoran ini adalah sistem dan nama yang sudah dikenal di pasar.

### b. *Independent Restaurant*

*Independent restaurant* merupakan restoran yang dimiliki oleh satu atau dua orang. Pemilik restoran tersebut terlibat aktif dalam kegiatan operasional restoran serta seluruh kegiatan restoran itu dijalankan fleksibel sesuai keinginan pemilik.

### c. *Franchise Restaurant*

Pembukaan restoran dengan menggunakan sistem kontrak, dengan menjual produk atau jasa dari pemilik sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati bersama.

d. *Quick Service Restaurant*

Restoran ini merupakan restoran cepat saji, dimana restoran menyediakan makanan dan minuman dalam waktu yang singkat serta harganya relatif terjangkau. Dalam restoran ini biasanya para pelanggan akan membayar makanannya terlebih dahulu sebelum dikonsumsi dan menunya terbatas.

e. *Fast Casual Restaurant*

Restoran ini adalah gabungan antara *quick service* dan *casual*. Biasanya makanan dibuat berdasarkan pesanan pelanggan dan menggunakan bahan yang segar, serta berkualitas tinggi.

f. *Fine Dining Restaurant*

Restoran ini menyediakan makanan dari makanan pembuka hingga penutup. Restoran ini juga menawarkan menu yang mewah dan berkualitas tinggi sehingga harganya relatif mahal dengan konsep yang formal dan memberikan layanan *full service*.

g. *Celebrity-owned Restaurant*

Restoran dengan jenis ini biasanya dimiliki atau dipegang oleh artis atau *public figure* dengan konsep dan desain yang disesuaikan dengan pemilik restoran tersebut.

h. *Steak House*

*Steak house* merupakan restoran yang mempunyai menu yang terbatas yaitu *steak*.

i. *Casual Dining Restaurant*

Restoran ini menawarkan konsep suasana yang santai dan nyaman, dimana biasanya menu dan makanan yang ditawarkan itu sederhana dan harga terjangkau.

j. *Family Restaurant*

Restoran ini merupakan pengembangan dari *coffee shop*, lokasinya biasa mudah dijangkau oleh pelanggan. Selain itu, restoran ini menawarkan menu yang sederhana dan target nya itu keluarga.

k. *Theme Restaurant*

Restoran ini memiliki ciri khas tersendiri yang mempunyai konsep dan pengalaman yang unik ketika pelanggan berkunjung ke restoran tersebut. Contoh : restoran dengan konsep hollywoodl

l. *Ethnic Restaurant*

Restoran ini menyediakan makanan khas daerah suatu daerah tertentu, biasanya dekorasi dan layanan juga disesuaikan dengan daerah tersebut. Contoh: Thai Alley ( restoran Thailand)

m. *Sandwich Restaurant*

Restoran ini biasanya hanya menjual sandwich, sup dan minuman. Karakteristik dari *sandwich restaurant* mudah dioperasikan dan hanya membutuhkan peralatan dapur yang simpel. Contoh : Subway

n. *Coffee Shops / Cafe*

Tempat yang menjual berbagai jenis minuman berbahan dasar kopi, namun biasanya juga menjual produk dengan bahan dasar non-kopi dan makanan penutup.

o. *Dessert Cafe*

*Dessert Cafe* adalah cafe yang menyajikan makanan berupa makanan penutup atau *dessert*.

4. Klasifikasi Layanan

Menurut (Cousins, et a.l., 2014), klasifikasi jenis pelayanan dapat dibedakan menjadi:

a. *Table Service*

Pelayanan restoran dengan mengantarkan langsung makanan pelanggan ke atas meja. Terdapat beberapa jenis *table service* yaitu:

1) *American Service*

Makanan sudah disiapkan dan di *plating* di dapur kemudian akan di bawah ke meja pelanggan menggunakan tray.

2) *English / Silver Service*

Pelayan akan menunggu melayani tamu dengan mengambilkan makanan dengan menggunakan utensil silver ke piring tamu.

3) *French Service*

Pelayanan ini bersifat formal dan pelayan akan langsung memasak didepan para tamu dengan menggunakan trolley masak (*gueridon*) di setiap meja untuk disajikan kepada tamu.

#### 4) *Family Service*

Pelayanan dengan memberikan hidangan utama yang sudah disajikan ke dalam piring dan diletakkan di tengah meja sehingga tamu dapat mengambil makanan sesuai yang diinginkan.

#### b. *Assisted Service*

Jenis pelayanan ini merupakan gabungan dari *table service* dan *self-service*.

#### c. *Self Service*

Dalam jenis layanan ini tamu akan mengambil sendiri makanannya di *counter* atau *buffet* yang sudah disediakan.

#### d. *Single Point Service*

Dalam jenis layanan ini tamu akan melakukan pemesanan dan langsung membayar di *counter* kemudian mengambil makanan dan minuman langsung di *counter*. Terdapat beberapa jenis *single point service*, yaitu:

##### 1) *Takeaway*

Layanan *takeaway* adalah layanan dimana pelanggan dapat membawa pulang makanan yang telah dipesan. Biasanya tidak tersedia meja, tetapi ada kursi untuk para pelanggan menunggu makanannya.

##### 2) *Drive Thru*

Tamu akan memesan makanan tanpa harus turun dari mobil melalui jalur yang sudah disediakan di tempat *drive-thru*.

Contoh: Mcdonald

3) *Fast Food*

Merupakan jenis pelayanan dimana tamu memberikan kupon atau uang sebagai bentuk pembayaran makanan . Restoran jenis ini biasanya memiliki menu yang terbatas dan layanan yang cepat.

4) *Vending*

Jenis layanan ini menggunakan mesin untuk menyediakan makanan dan minuman kepada para tamu.

5) *Food Court*

Jenis layanan ini dimana tamu dapat memesan beberapa jenis makanan dari beberapa *counter* yang berbeda kemudian dinikmati di tempat yang sudah disediakan atau *takeaway*.

e. *Specialised Service*

Pada jenis layanan ini, pelayan akan membawa makanan dan minuman dimana tamu tersebut berada. Terdapat beberapa jenis *specialized service*, yaitu:

1) *Tray Service*

Layanan ini menggunakan tray yang di isi oleh makanan dan minuman yang ada kemudian diberikan kepada tamu

2) *Trolley Service*

Layanan ini menggunakan *trolley* untuk mengangkut makanan dan minuman yang ada sebelum diberikan kepada para tamu.

3) *Home Delivery Service*

Pada layanan ini makanan dan minuman yang dipesan oleh tamu akan diantarkan langsung ke rumah atau tempat tujuan pembeli.

4) *Lounge*

Pada jenis layanan ini makanan dan minuman akan disediakan di lounge area.

5) *Room Service*

Layanan ini dimana tamu akan memesan makanan dan minuman yang di inginkan lalu di antarkan ke kamar tamu. Contoh: *Room Service* di Hotel

6) *Drive-in*

Dalam jenis layanan ini pelayan akan mengantarkan makanan kepada tamu yang sudah memarkirkan mobilnya di tempat yang sudah disediakan dekat restoran tersebut.

5. Klasifikasi Menu

Menurut (Walker,2014) terdapat beberapa jenis menu yaitu:

a. *A'la carte*

Menu ini menawarkan pilihan item dengan harga individual.

Sebagian restoran menggunakan menu ini.

b. *Table D'hôte Menu*

Menu ini menawarkan pilihan item yang dikemas dalam satu paket harga tetap, biasanya terdiri atas *appetizers*, sup dan salad, *entrées*, dan *dessert*.

c. *Du Jour Menu*

Menu ini berisi menu yang ditawarkan hanya pada hari itu, biasanya disebut “*menu of the day*”

d. *California Menu*

Menu ini tersedia sepanjang hari. Biasanya restoran memiliki menu pagi, siang dan malam secara terpisah, namun di *California menu* tamu dapat memesan ketiganya.

e. *The Tourist Menu*

Menu yang digunakan untuk menari wisatawan yang berkunjung ke negara tersebut dengan cara menyediakan menu yang berasal dari negara wisatawan.

f. *Kid's Menu*

Menu untuk anak-anak yang dikemas dengan menarik dan warna-warni, biasanya disertai hadiah untuk dibawa pulang.

g. *Cylical Menu*

Menu yang berulang dalam periode waktu tertentu.

h. *Degustation Menu*

Menu yang ditawarkan secara eksklusif atau menu pilihan chef, biasanya dalam porsi kecil dan terdiri atas delapan hidangan atau lebih.

## 6. Pengertian *Cafe*

Menurut (Ardian,2019) *cafe* merupakan tempat untuk menikmati makanan ringan dan minuman yang memiliki suasana santai. Sedangkan, menurut *Building Planning & Design standart*, *cafe* adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang mendekati restoran dalam sistem pelayanan yang memberikan hiburan musik sehingga pelanggan dapat bersantai dan berbincang-bincang.

## 7. Sejarah *Cafe*

Kafe berasal dari Bahasa Prancis yaitu *café* yang artinya *coffee* atau kopi. Munculnya *cafe* sendiri bermula pada abad 18, ketika penjelajah dan pedagang membawa kopi di Inggris. Selain itu, pada tahun 1669, utusan Sultan Mohammed IV membawa beberapa biji karung kopi ke Prancis. Usaha *cafe* di Inggris pada awalnya disebut "*penny university*" atau penghasil uang karena hanya kalangan kelas atas yang dapat menikmatinya.

Pada tahun 1672, pengusaha muda asal Armenia bernama Pascal mulai menjual kopi yang dapat dinikmati semua kalangan dan akhirnya semakin berkembang di wilayah tersebut. Penyebaran *cafe* di Eropa ini terjadi melalui jalur perdagangan di Italia dan di Amerika sendiri mulai berkembang pada masa kolonialisme.

Di Indonesia sendiri, *cafe* pertama kali buka pada tahun 1878 bernama Tek Sun Ho yang didirikan Liaw Tek Soen. Namun, sebelum kemunculan *cafe* , banyak sekali kedai kopi yang berdiri di Indonesia

sejak empat abad lalu. Pada tahun 1696, India mengirimkan benih kopi Arabica ke pemerintahan Belanda di Indonesia, namun gagal tumbuh akibat terjadi banjir. Pada pengiriman selanjutnya, biji kopi akhirnya mulai tumbuh dan Pemerintah Belanda di Indonesia mulai mengirimkan kopi ke Eropa. Seiring perkembangan zaman, *cafe* tidak hanya menjual kopi namun menjual produk makanan dan minuman lainnya. *Cafe* yang awalnya menjadi tempat untuk duduk, sekarang menjadi tempat untuk berfoto, berdiskusi dan bersosialisasi.

#### 8. *Dessert*

Menurut (Cahyana & Devi, 2013), *dessert* atau hidangan penutup merupakan makanan yang disajikan setelah makan malam, namun seiring berkembangnya zaman *dessert* menjadi makanan yang tidak dapat dipisahkan saat *breakfast*, *lunch*, maupun *dinner*. Selain itu menurut (Hidayati, 2021), *dessert* merupakan hidangan yang disajikan sebagai makanan penutup atau hidangan pencuci mulut yang biasanya memiliki rasa manis, segar, asin atau kombinasinya. Istilah *dessert* berasal dari bahasa Perancis kuno yaitu “*deserver*” yang memiliki arti “membersihkan meja”. Menurut (Ekawatiningsih, Komariah, & Purwanti, 2008), terdapat beberapa jenis *dessert*, yaitu:

##### a. *Pudding*

*Pudding* merupakan hidangan penutup yang mempunyai rasa manis dan biasanya terbuat dari agar-agar, telur atau tepung pati.

##### b. *Cake*

Cake sebagai dessert dapat ditambahkan dengan sauce, syrup, es krim atau buah-buahan sebagai *garnish*. Contoh: *Black forest with strawberry sauce*

c. *Choux Paste*

Jenis *pastry* yang terbuat dari adonan *liquid* dan dibentuk menggunakan spuit, kemudian dipanggang dengan suhu tinggi agar mengembang. *Choux paste* biasanya disajikan menggunakan *filling*. Contoh: *eclair*

d. *Pies*

Berasal dari adonan *sugar dough* yang ditipiskan dan dicetak kemudian diberikan *filling* seperti *pastry cream*, buah-buahan. Pie dapat disajikan panas maupun dingin. Contoh: *fruit pie*

e. *Crepes/ pancake*

Adonan yang terbuat dari telur dan tepung terigu kemudian di dadar dengan menggunakan *frying pan*.

f. *Frozen Dessert*

Terdiri dari es krim, *coupe*, *sundaes*, *yoghurt*, *sherbets*

g. *Souffle*

Hidangan yang terbuat dari *meringue* kemudian dipanggang dengan cetakan khusus yang terbuat dari porselen atau tahan panas.

h. *Mousses*

*Dessert* yang mempunyai tekstur lembut dan halus seperti busa biasanya terbuat dari putih telur, *whipped cream* dan biasanya ditambah gelatin agar tekstur pada *mousses* kenyal.

## 9. *Flavor* tradisional Jepang

Menurut (Limarzi,2019) terdapat beberapa cita rasa tradisional Jepang dimana bahan-bahan tersebut diambil dan dibudidakan langsung dari alam untuk menciptakan rasa yang murni dan berkualitas. Beberapa cita rasa tradisional Jepang yang biasanya digunakan adalah:

### a. *Azuki*

Jenis kacang merah yang memiliki rasa manis dan banyak diolah ke dalam bentuk pasta yang berfungsi sebagai *filling* / isian produk makanan seperti kue, roti dan mochi.

### b. *Matcha*

*Matcha* berasal dari daun teh hijau yang digiling menjadi bubuk kering yang halus. *Matcha* biasanya memiliki rasa yang lembut dan manis, biasanya dalam tingkatan tertentu memiliki rasa sedikit pahit. *Matcha* biasanya digunakan dalam pengolahan makanan dan minuman untuk memberikan rasa dan warna.

### c. *Kinako*

*Kinako* adalah bubuk kacang kedelai yang sudah mengalami pemaanganan dan memiliki rasa seperti kacang panggang dan rasa manis yang lembut. *Kinako* biasanya digunakan sebagai *garnish* dalam makanan dan pengolahan *cookies*, kue dan roti.

### d. *Hojicha*

*Hojicha* adalah daun teh hijau yang dipanggang sehingga mengalami perubahan warna sehingga rasanya seperti caramel dan

*nutty*. *Hojicha* biasanya menggunakan *bancha* yaitu daun yang dipanen akhir tahun. *Hojicha* biasanya digunakan dalam *dessert*, minuman dan *pudding*.

#### **E. Konsep *Kirei Dessert Cafe***

*Kirei* sendiri dalam Bahasa Jepang artinya cantik dan bersih. Berdasarkan namanya, *Kirei dessert cafe* akan menyediakan hidangan penutup berkualitas, nikmat dan indah agar dapat dinikmati oleh para masyarakat. *Kirei dessert cafe* akan membawakan konsep atau tema “*bringing the flavors of japan to your mouth* “ yang menjual produk kue dengan *flavor* atau *filling* produk terinspirasi dari *flavor* tradisional Jepang seperti: *matcha*, *hojicha*, *kinako*, *taro*, *azuki* dan sebagainya, variasi produk akan berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Produk kue yang akan dijual adalah *hokkaido mille crepes*, *cake with mochi cream*, *mini Japanese cheesecake*, *japan roll cake*, *chiffon sando*. *Cafe* juga akan menjual minuman yang berbahan dasar teh Jepang seperti *hojicha*, *matcha*, dan *sencha*. Minuman akan terdiri atas produk kopi dan non-kopi.

*Kirei dessert cafe* juga akan menyediakan *cake platter package* yang dapat diberikan untuk acara ulang tahun, *idul fitri*, *bridal shower* dan lain-lain. Tidak hanya menyediakan *cake platter*, *Kirei dessert cafe* juga akan mengeluarkan *seasonal flavour* di beberapa event tertentu seperti natal, *idul fitri* dan hari kemerdekaan. *Kirei dessert cafe* juga akan membuat *hampers* dengan *packaging* yang disesuaikan dengan *event* yang sedang berlangsung saat itu.

Konsep pelayanan *Kirei dessert cafe* adalah *single point service*, dimana customer dapat akan memilih *cake* yang di inginkan di *showcase* kemudian akan dibayar langsung di kasir dan dibawa ke meja masing-masing. Jika, makanan belum siap, maka server akan membawa langsung ke meja pelanggan. Pembayaran sendiri dapat berupa *cash*, debit dan melalui Qris (*e-wallet*). Tidak hanya menyediakan layanan *dine-in*, *Kirei dessert cafe* juga akan menyediakan layanan *take away* dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga seperti Grab, Gojek, Shopee, dan Tokopedia. Jenis menu yang digunakan adalah *a la carte*, dimana dalam menu ini akan terdapat pilihan makanan dan minuman dengan disertai dengan harga, deskripsi dan visualisi beberapa produk untuk memudahkan para customer.

Desain dari *Kirei dessert cafe* sendiri akan bergaya minimalis, *zen*, *clean* dengan gaya interior desain Japandi (*Japanese Scandivanian*) dengan memberikan sentuhan moderen menggunakan warna netral seperti putih, kayu dan abu-abu yang memberikan kesan nyaman, tenang dan hangat. Pencahayaan dari *cafe* sendiri akan bergantung kepada *natural lighting*, dimana jendela *cafe* dirancang agar sinar matahari dapat masuk untuk menerangi *cafe* dan pencahayaan juga akan menggunakan lampu *warm light* yang memberi suasana tenang dan rileks. Untuk membuat *cafe* terlihat lebih nyaman dan indah maka akan ditambahkan tanaman yang terinspirasi dari *zen garden* di Jepang berupa tanaman bonsai dan vas sederhana di atas meja. Untuk membuat suasana rileks maka akan dimainkan music instrumental sebagai pengiring suasana ketika sedang duduk di *cafe*. Setiap sudut

ruangan akan dibuat menarik dan estetik agar terlihat *instagramable* dan menjadi spot foto bagi para pengunjung.

Mengingat bahwa pandemi COVID-19 masih ada, *Kirei dessert cafe* juga harus menyesuaikan dan beradaptasi agar bisa bertahan di masa pandemi. Protokol kesehatan dan kebersihan *cafe* harus selalu dijalankan untuk membuat pengunjung merasa aman dan nyaman.

