

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, dengan memiliki 17.508 pulau dan lebih dari 360 suku berbeda. Hal ini membuat Indonesia kaya akan alam, keragaman budaya, dan tradisi (Kemenlu, 2014). Keberagaman suku memberikan cita rasa kuliner yang berbeda dengan memanfaatkan sumber daya alam di sekitarnya. Berbagai jenis makanan yang diciptakan didukung dengan kekayaan pangan hewani maupun nabati Indonesia sehingga membuat kuliner nusantara menjadi sebuah modal dalam kemajuan dan keberhasilan pangan Indonesia (Gardjito, 2017).

Ibu kota Indonesia yaitu DKI Jakarta menjadi pusat untuk segala kegiatan ekonomi nasional, politik, bisnis hingga budaya. DKI Jakarta memiliki luas sekitar 661,5 km² dengan jumlah penduduk 10,56 juta jiwa, dengan 6 kota/kabupaten (Purwanto, 2021b).

TABEL 1

Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta

Kabupaten/Kota <i>Regency/Municipality</i>	2018	2019	2020
	Jumlah Penduduk (Ribu)		
Kepulauan Seribu	24,1	24,3	27,8
Kota Jakarta Selatan	2.246,1	2.264,7	2.226,8
Kota Jakarta Timur	2.916,0	2.937,9	3.037,1
Kota Jakarta Pusat	924,7	928,1	1.056,9
Kota Jakarta Barat	2.559,4	2.589,9	2.434,5
Kota Jakarta Utara	1.747,3	1.812,9	779,0
DKI Jakarta	10.467,6	10.557,8	10.562,1

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021a)

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa laju pertumbuhan penduduk di provinsi DKI Jakarta mengalami kenaikan yang stabil setiap tahunnya. Dengan naiknya pertumbuhan penduduk, maka kebutuhan sandang, pangan, dan papan akan ikut bertambah sehingga membuat DKI Jakarta cocok untuk peluang berbisnis.

Penyebaran *Coronavirus Disease* 2019 (Covid-19) telah berlangsung sejak dinyatakan kasus pertama oleh pemerintah pada tanggal 2 Maret 2020. Tidak hanya mengganggu kesehatan masyarakat, tetapi mengganggu perekonomian nasional baik dari aspek produksi, distribusi, dan operasional lainnya (Purwanto, 2021a)

GAMBAR 1
Pertumbuhan Penjualan Eceran 2021 DKI Jakarta (Persen)



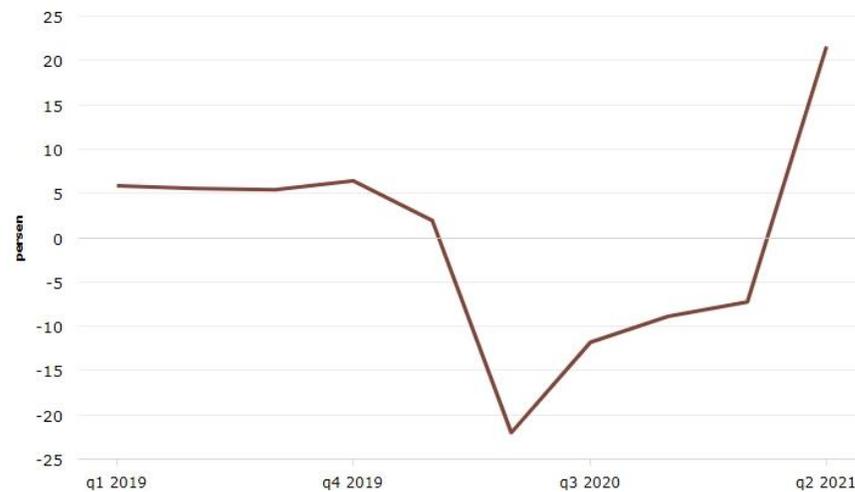
Sumber: (Bank Indonesia, 2021)

Berdasarkan gambar 1, tercatat bahwa pertumbuhan penjualan secara eceran di DKI Jakarta, mengalami naik turun setiap tahunnya. Pada triwulan I 2021 penjualan makanan dan minuman di perbankan berkontraksi sebesar 8,28%, lebih besar dibandingkan dengan kontraksi pada triwulan IV 2020 yang mencapai 8,05%. Peningkatan tersebut membuktikan bahwa usaha di

bidang makanan dan minuman dapat bertahan meskipun dilanda pandemi COVID-19 ini.

GAMBAR 2

Pertumbuhan PDB Sektor Penyediaan Akomodasi Makanan dan Minuman
DKI Jakarta tahun 2019-2021



Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Berdasarkan gambar 2, menunjukkan bahwa sektor penyediaan akomodasi makanan dan minuman DKI Jakarta tahun 2019 hingga 2021 mengalami penurunan pada tahun 2020 dikarenakan awal pandemi COVID-19 dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2021 jumlah tersebut tumbuh hingga 21,58% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yaitu -22,02% di tahun 2020 awal. Penyediaan akomodasi makanan dan minuman termasuk restoran, kafe, kantin, dan lainnya.

Menurut Steven Lie (2021), selaku Sektretaris Jendral Asosiasi Pengusaha Restoran dan Kafe Indonesia (APKRINDO), menyatakan bahwa pertumbuhan dibidang restoran dan kafe pada setiap tahunnya naik sekitar 15-20% di Indonesia. Berdasarkan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta tahun 2020-2021, terdapat lebih dari 500 outlet kafe baru yang beroperasi dan akan terus bertumbuh hingga 30%. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa pengembangan usaha dibidang makanan dan minuman

dengan tema restoran dan kafe akan memiliki peningkatan yang baik dari tahun ke tahun.

TABEL 2

Perubahan Gaya Hidup Pada Masyarakat Indonesia Selama Masa Pandemi COVID-19

Kegiatan	Persentase (%)
Mengonsumsi Menu Makanan Sehat	90%
Menguji Resep-Resep Makanan Baru	61%
Mengonsumsi <i>Snack</i> harian lebih tinggi dari biasanya	41%

Sumber: (Media Indonesia, 2020)

Pada tabel 2, terlihat pandemi COVID-19 mendatangkan gaya hidup yang baru bagi masyarakat Indonesia, sebanyak 90% mengonsumsi menu makanan yang sehat, 61% menguji resep-resep makanan baru dan 41% masyarakat Indonesia mengonsumsi *snack* harian yang lebih tinggi dari biasanya. Masyarakat Indonesia mulai sadar untuk mengonsumsi makanan yang sehat terkhusus selama pandemi COVID-19.

Berdasarkan pernyataan Prof. Dr. Nuri Andarwulan, MSi, selaku Kepala Pusat Pengembangan ILTEK Pertanian dan Pangan Asia Tenggara (SEAFAST) yang dikutip dalam Media Indonesia (2020), bahwa kebiasaan makanan sehat diterapkan oleh masyarakat Indonesia untuk mengutamakan konsumsi makanan yang sehat dan bergizi yang dapat meningkatkan imunitas dalam tubuh, menerapkan pola hidup sehat dengan memperhatikan jumlah gula, lemak, dan garam dalam makanan yang akan masuk ke dalam tubuh.

Makanan sehat bergizi saling berkaitan dengan hidup sehat. Dengan pola makan yang sehat akan membantu mencapai berat badan ideal hingga mengurangi resiko penyakit seperti diabetes, kardiovaskular, bahkan penyakit kanker. Tidak hanya meningkatkan kesehatan secara fisik, nutrisi baik yang diserap oleh tubuh juga akan membuat suasana hati lebih tenang. Pola makan yang sehat adalah mengganti makanan olahan dengan makanan sesungguhnya

dengan memperhatikan protein, lemak baik, serat, kalsium, dan karbohidrat (Handayani, 2020).

Makanan sehat tidak hanya berupa makanan utama tetapi hadir juga di makanan penutup. Ketika mendengar kata makanan penutup atau *dessert*, identik dengan rasa manis dan jauh dari kata sehat, yang biasanya rasa manis dari *dessert* berasal dari gula dan pemanis lainnya (Pradita, 2018).

TABEL 3

Hasil Survei Pendahuluan

Kuesioner	Nilai										Mean
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Saya tertarik mengkonsumsi Makanan Penutup (<i>dessert</i>) yang sehat.	0	0	0	0	2	2	2	5	10	9	8,53%

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 3, didapatkan bahwa nilai rerata pada jawaban dari pertanyaan ketertarikan responden mengkonsumsi makanan penutup (*dessert*) yang sehat sebesar 8,53% diatas rerata jawaban sehingga menunjukkan bahwa responden tertarik dengan makanan penutup (*dessert*) yang sehat. Penggunaan skala 1 sampai 10 dengan indikator pertanyaan yang merefleksikan kepuasan konsumen dari konsep *net promotor score (NPS)*, dimana nilai 1 sampai 6 dikategorikan pencela (*detractors*), nilai 7 sampai 8 dikategorikan sebagai pasif (*passives*) dan nilai 9 sampai 10 dikategorikan sebagai promotor (*promoters*) (Reichheld, 2003).

Dessert atau makanan penutup merupakan makanan pencuci mulut yang disajikan pada akhir susunan menu yang berfungsi sebagai menghilangkan kesan rasa hidangan terdahulu yang identik dengan makanan manis dan menyegarkan. Seiring perkembangan zaman, *dessert* memiliki banyak sekali variasi berupa *cake, ice cream, tart, choux, pie*, dan lainnya, serta dapat

dihidangkan baik panas, dingin hingga beku, sedangkan pada mulanya *dessert* hanyalah berupa buah-buahan (Boston, 2021).

Banyak orang menghindari mengonsumsi *dessert* atau makanan penutup dengan alasan kesehatan seperti diabetes, dan untuk menjaga berat badan ideal. *Dessert* dikenal sebagai makanan penutup yang manis dengan penggunaan bahan gula yang cukup banyak didalam proses pembuatannya (Hariandja, 2020). Tidak selamanya *dessert* atau makanan penutup itu merugikan kesehatan melainkan, dengan perkembangan zaman, banyak sekali inovasi *dessert* yang beragam dan salah satunya adalah *dessert* yang sehat.

Dessert yang sehat dapat dikatakan sehat apabila menggunakan bahan yang disubstitusi atau diganti dengan bahan alternatif lainnya, yang memiliki kandungan nutrisi yang sama bahkan lebih. Bahan tersebut dapat berupa sayur, buah, kacang-kacangan, atau bahan dasar seperti penggunaan tepung *gluten-free* hingga bebas dari pemanis buatan (Schmitt, 2018).

Menurut Dahlia (2014), gluten merupakan sebuah komponen protein dalam pati yang terdapat pada *grains*, seperti biji gandum, *rye* dan *barley*. *Grains* tersebut digunakan untuk pembuatan tepung seperti kue, roti, sereal, saus dan makanan lainnya yang berbahan dasar tepung. Kegunaan dari gluten ini akan digunakan sebagai perekat adonan yang membuat tekstur menjadi kenyal. Gandum sendiri menghasilkan 20 ribu jenis protein berbeda, tetapi tidak semua dapat menerima protein tersebut sehingga muncul beberapa bahan substitusi yang disebut *gluten-free*.

Gluten memiliki manfaat tersendiri bagi kesehatan, namun tidak semua orang dapat memakan produk makanan dan minuman yang mengandung gluten, karena terdapat sebagian orang memiliki tingkat toleransi rendah terhadap gluten, yang dapat mengakibatkan masalah kesehatan yang berpotensi menjadi protein racun yang menyerang kekebalan tubuh. Contoh penderita yang tidak dapat memakan gluten, yaitu penderita *celiac*, alergi gandum, penderita *dermatitis herpetiformis*, penderita sindrom iritasi usus,

ADHD, lupus, kanker, penderita *schizophrenia* dan penderita *autism*. (Dahlia , 2014)

Menurut *Food and Drug Administration USA* (2020) klaim untuk produk bebas gluten bukan berarti tidak mengandung gluten sama sekali, melainkan ada beberapa syarat untuk disebut *gluten-free* yaitu kandungan gluten dibawah 20 bpj, tidak memakai bahan gluten, dan tidak mencampur dengan bahan gluten pada saat proses pembuatan.

Tepung terigu merupakan salah satu bahan pangan yang menjadi dasar untuk pembuatan *dessert* khususnya *pastry*, bahan pangan yang serupa dengan terigu adalah ganyong, jagung, sagu, talas, sukun, dan *mocaf* (Hapsari, 2021). Jenis tepung yang menyerupai dan dapat mensubstitusikan terigu adalah *mocaf*. Tepung *mocaf* (*modified cassava flour*) dihasilkan dari singkong atau ubi kayu yang difermentasi sehingga mikroba tumbuh pada masa fermentasi akan menghasilkan enzim selulolitik dan pektinolitik yang membuat pati (Subagio, 2008).

TABEL 4
Kandungan Gizi Jenis Tepung-Tepungan

Komposisi Kimia	Tepung Singkong	Tepung Terigu	Tepung Jagung	Tepung Kentang	Tepung Garut
Kalori (kal)	363	365	355	347	355
Protein (g)	1,1	8,9	9,2	0,3	0,7
Lemak (g)	0,5	1,3	3,9	0,1	0,2
Karbohidrat (g)	88,2	77,3	73,7	85,6	85,2
Ca (mg)	84,0	16,0	10,0	20,0	8,0
P (mg)	125,0	106,0	256,0	30,0	22,0
Fe (mg)	1,0	1,2	2,4	0,5	1,5
Vit A (SI)	0,0	0,0	510,0	0,0	0,0

Sumber: (Badan Litbang Pertanian, 2011)

Berdasarkan tabel 4, tepung singkong atau tepung *mocaf* memiliki kandungan gizi yang tidak kalah dengan produk tepung lainnya. Pemanfaatan tepung *mocaf* (singkong) dapat mengurangi penggunaan terigu (gandum),

sehingga mampu meningkatkan pangan di Indonesia. Salah satu kelebihan dari tepung *mocaf* ada bebas gluten atau *gluten-free*.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Dalam perencanaan suatu usaha atau bisnis, pemilik usaha diharuskan menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan tersebut memiliki manfaat sebagai suatu pedoman yang digunakan agar suatu bisnis atau usaha tersebut berjalan dengan baik.

Berikut beberapa tujuan dari studi kelayakan bisnis yang terbagi menjadi dua bagian yaitu tujuan utama dan sub-tujuan:

1. Tujuan Utama

Tujuan utama dari perencanaan bisnis adalah menguji dan menilai apakah Puff You! dapat dinyatakan sebagai ide bisnis yang layak untuk dijalankan menjadi usaha nyata, dilihat dari berbagai aspek sebagai berikut:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisa serta mengetahui permintaan dan penawaran pasar, tantangan & ancaman yang mungkin terjadi dengan cara mengatasinya, target, diferensiasi, segmentasi, serta posisi bisnis dalam pasar.

b. Aspek Operasional

Menganalisa segala kegiatan hingga fasilitas yang dibutuhkan dalam operasional bisnis dari pemilihan teknologi, lokasi, serta kebutuhan peralatan dan perlengkapan yang digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisa dan menentukan struktur organisasi, pelatihan serta pengembangan sumber daya manusia

d. Aspek Keuangan

Menganalisa sumber dana, perkiraan modal, biaya operasional, laporan laba rugi, arus kas, dan perkiraan pendapatan dan keuntungan yang akan diterima.

Dari berbagai aspek tersebut, diharapkan peneliti dapat mengetahui ide bisnis yang akan dijalankan berhasil atau tidak sehingga dapat mencegah terjadinya kerugian secara materiil, waktu dan energi.

2. Sub-tujuan

Sub-tujuan dari perencanaan bisnis:

- a. Menghasilkan keuntungan
- b. Menciptakan lapangan kerja baru
- c. Meningkatkan pendapatan negara
- d. Membantu sektor pertanian Indonesia
- e. Memberikan kesempatan untuk para konsumen yang tidak bisa memakan *dessert* yang mengandung gluten
- f. Menarik minat konsumen untuk merasakan produk *dessert* sehingga mencapai target penjualan

C. Metodologi

Dalam membuat suatu penelitian studi kelayakan bisnis dibutuhkan metode penelitian yang dapat digunakan sebagai pendukung dan ketersediaan data. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode ilmiah yaitu data primer dan sekunder yang *valid* dan *reliable* sehingga hasil dari penelitian terbukti akurat dan terpercaya.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik, baik dari responden secara individu atau kelompok (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 38). Data primer pada studi kelayakan bisnis dapat diperoleh dengan metode survei kuesioner dan observasi secara langsung.

a. Metode Survei dengan Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 142), kuesioner merupakan seperangkat pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya dimana responden menjawab pertanyaan yang sudah tersedia.

Kuesioner yang digunakan peneliti adalah *electronic & online questionnaire*.

Electronic & Online Questionnaires adalah kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan disebarakan kepada responden secara online dengan mengirim tautan (*link*) yang berisi pertanyaan dan jawaban.

Peneliti memilih untuk menggunakan metode *electronic & online questionnaires* untuk menyebarkan kuesioner, dengan menggunakan *google form*, agar kuesioner dapat disebarakan kepada responden lebih praktis dan cepat serta menghemat biaya produksi. Terdapat lima tahap memperoleh data dari kuesioner, yaitu:

1) *Population*

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 236), populasi merupakan sekelompok orang, objek atau peristiwa yang dapat dijadikan ketertarikan peneliti/target untuk diteliti. Target populasi Puff You! yaitu kelas menengah ke atas yang tinggal di Indonesia, khususnya yang berdomisili di Jakarta Barat.

2) *Sampling*

Sampling merupakan aspek bagian dari setiap elemen dalam populasi. Teknik *sampling* dibagi menjadi dua yaitu, *probability sampling* dan *non-probability sampling* (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 240).

Probability sampling merupakan sebuah teknik untuk melakukan pengambilan sampel yang memberikan peluang sama pada setiap anggota populasi, sedangkan *non-probability sampling*, pengambilan sampel pada populasi yang terpilih untuk menjadi sampel sehingga tidak pilih secara random/acak dan setiap elemen tidak memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel penelitian (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 247).

Peneliti memilih untuk melakukan pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling*, yaitu *purposive sampling*,

dimana populasi dipilih secara spesifik sesuai dengan informasi atau kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti sehingga mendapat informasi yang diinginkan (Sekaran & Bougie, 2016, hal.252).

3) *Sample Frame & Sample Size*

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 240), *sample frame* merupakan representasi secara fisik dari semua elemen dalam populasi, dimana sampel yang dipilih dapat mewakili populasi yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan *sample frame*, pria dan wanita yang tinggal di daerah Jakarta Barat dan di daerah sekitarnya, serta pernah memakan produk *dessert* dengan rentang usia $15 \geq 39$ tahun dengan berbagai profesi.

Ketentuan dalam menentukan sample size yaitu dengan menggunakan rumus Krejcie-Morgan, sebagai berikut:

$$S = \frac{x^2 \cdot N \cdot P(1-P)}{(N-1) \cdot d^2 + x^2 \cdot P(1-P)}$$

Rumus ini digunakan untuk mengetahui estimasi serta proporsi populasi sampel (Krejcie & Morgan, 1970).

4) Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala nominal dan skala *interval*. Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 207), skala *nominal* digunakan untuk menetapkan suatu kategori hingga kelompok tertentu, seperti umur, domisili, jenis kelamin, dan lainnya.

Skala *interval* merupakan skala yang menggunakan jarak numerik untuk nilai ukurnya (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 209). Dalam kuesioner terdiri atas tujuh angka yang berawal dari angka satu hingga tujuh. Skala *likert* ini diharapkan dapat meminimalisir kesalahan dan ketepatan dalam pengukuran seberapa banyak responden yang setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang

diberikan (Munshi, 2014, hal. 9). Data yang dianalisis dengan skala *likert*

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2: Tidak Setuju (TS)

3: Agak Tidak Setuju (ATS)

4: Netral (N)

5: Agak Setuju (AS)

6: Setuju (S)

7: Sangat Setuju (SS)

5) Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 220), uji validitas digunakan untuk menguji tingkat akurat seberapa baik instrumen untuk menguji variabel dalam sebuah penelitian serta untuk mengukur konsep yang diinginkan oleh peneliti.

6) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas akan dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Bila hasil *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner lemah atau tidak baik. Bila hasil *Cronbach's Alpha* lebih dari besar sama dengan 0,60 dan lebih kecil dari 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner cukup. Bila hasil lebih besar sama dengan 0,80, maka dapat disimpulkan bahwa hasil kuesioner baik (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 223). Pengukuran menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan aplikasi SPSS.

b. Observasi

Menurut Sekaran & Bougie (2016, hal. 127), observasi adalah kegiatan pengamatan terencana, yang terdiri atas pengamatan konsumen, analisis, interpretasi hingga menafsirkan apa yang dilihat. Observasi dilakukan untuk melihat keadaan lokasi tempat usaha yang

diinginkan, luas tempat, target pasar, hingga mengidentifikasi kompetitor yang ada.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari pihak lain yang sudah mengumpulkan data terlebih dahulu untuk tujuan yang berbeda (Sekaran & Bougie, 2016, hal. 37). Data sekunder bertujuan untuk menambah serta mendukung hasil dari data primer yang saling berkaitan.

Data sekunder dapat diperoleh melalui:

a. Pencarian manual

Sumber data yang didapatkan secara manual, yaitu pengumpulan data dan informasi melalui karya ilmiah, jurnal dan buku.

b. Internet

Peneliti juga memperoleh sumber data dari internet, berupa berbagai teori pengertian yang mendukung konsep bisnis, data statistik dari Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS), website resmi, buku referensi, jurnal ilmiah dan sumber lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Definisi Restoran

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 11 Tahun 2014, Restoran merupakan sebuah usaha penyedia jasa makanan dan minuman yang dilengkapi dengan berbagai peralatan serta perlengkapan untuk segala proses penyimpanan, pembuatan dan penyajian di suatu tempat yang letaknya tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh laba/keuntungan.

2. Jenis-jenis restoran

Menurut Walker (2014, hal. 25-47), restoran diklasifikasi menjadi beberapa jenis restoran antara lain:

a. *Independent / Chain Restaurant*

Independent Restaurant merupakan restoran yang didirikan dan dikembangkan secara mandiri oleh pemilik restoran, sehingga pemilik

restoran memiliki hak serta kebebasan dalam mengembangkan segala konsep, *menu*, *interior*, dan lainnya sesuai dengan keinginannya.

Pada saat *Independent Restaurant* mulai berkembang dan tingginya minat konsumen dari berbagai daerah, maka *Chain Restaurant* merupakan pilihan yang tepat untuk lebih mengenalkan dan mengembangkan restoran ke daerah lainnya, sehingga akan mempermudah pemasaran, mendapatkan pengakuan pasar serta pengembangan sistem dari pihak *internal* dan *external* restoran.

b. *Franchise Restaurant*

Franchise Restaurant merupakan sistem bisnis penyedia barang dan jasa yang dimiliki dan dioperasikan oleh pihak-pihak berbeda, tetapi dengan nama *brand* yang sama, konsep, desain, sistem, prosedur, dan rencana pemasaran yang sudah ditetapkan.

Kelebihan dari *franchise restaurant*, nama *brand* yang sudah dikenal masyarakat sehingga pemasaran akan sangat mudah, dan untuk kerugiannya dari segi biaya yang harus dikeluarkan untuk *franchisee*, iklan, pembagian hasil dan mengikuti semua persyaratan sesuai *standard* yang sudah ditetapkan. Contoh *franchise restaurant* diantaranya Yoshinoya dan Hoka-hoka bento.

c. *Quick Service Restaurant (QSR)*

Restoran cepat saji merupakan restoran yang menekankan kecepatan dari segi proses produksi hingga pelayanannya. Menu yang ditawarkan terbatas dan untuk pemesanan serta pembayaran langsung di kasir. Contoh dari QSR ini adalah McDonalds

d. *Quick Casual Restaurant (QCR)*

Casual dining dan *quick service* merupakan perpaduan untuk *quick casual restaurant* ini, dari bahan makanan yang tinggi, hingga menu yang dibuat sesuai dengan pesanan.

e. *Sandwich Shop*

Sandwich Shop merupakan usaha yang menggunakan sistem operasional yang lebih sederhana dibandingkan dengan jenis *full-service restaurant*. Menu yang ditawarkan merupakan variasi *sandwich* yang dibuat dari pilihan roti, *topping*, isi, daging, sayur hingga saus yang berbeda. Contoh dari *sandwich shop* adalah Subway.

f. *Casual Restaurant*

Casual restaurant merupakan restoran yang mengikuti gaya hidup atau *trend* masa kini, sehingga peminat dari restoran ini cukup populer karena faktor makanan dan menu yang bervariasi serta memiliki khas tersendiri dengan menawarkan dekorasi yang nyaman dan bagus. Contoh dari *casual restaurant* adalah Benedict, Grand Indonesia.

g. *Family Restaurant*

Restoran yang bersifat *informal* dan biasanya terletak di pinggiran kota sehingga memiliki lokasi yang mudah dijangkau serta menu yang ditawarkan beragam dan dalam porsi besar. Contoh dari *family restaurant* adalah Restoran Angke.

h. *Fine Dining Restaurant*

Fine dining merupakan restoran yang memiliki konsep mewah dan elegan. Restoran yang bersifat *formal* baik dari konsep hingga tata berpakaian. Untuk harga yang ditawarkan *relative* mahal dan terletak di pusat kota. Contoh dari *fine dining* restoran adalah Amuz Gourmet, SCBD.

i. *Hotel Restaurant*

Hotel restaurant merupakan restoran yang terletak di dalam *hotel* dengan mempekerjakan *professional chef* sesuai dengan tema restoran. Contoh dari *hotel restaurant* adalah Alto Hotel Four Seasons

j. *Steakhouse*

Steakhouse merupakan restoran yang menargetkan pecinta daging. Contoh dari *steakhouse* adalah Wolfgang's, SCBD.

k. *Ethnic Restaurant*

Ethnic Restaurant merupakan restoran yang menyajikan menu makanan dan minuman yang sesuai dengan budaya dari etnis/suku yang dipilih. Contoh dari *ethnic restaurant* adalah RM Padang Pagi Sore.

l. *Theme Restaurant*

Theme Restaurant merupakan restoran yang memiliki keunikan tersendiri akan tema yang dibuat sehingga memiliki kesan yang menyenangkan dan berbeda dari yang lainnya. Contoh dari *theme restaurant* adalah D'Comic, Gading Serpong.

m. *Seafood Restaurant*

Seafood restaurant merupakan restoran yang menyajikan berbagai jenis makanan olahan laut, seperti kepiting, kerang, udang, ikan, dan lainnya. Contoh dari *seafood* restoran adalah AromaSop *Seafood*, Muara Karang.

n. *Bakery Café*

Bakery Café merupakan restoran yang menjual berbagai jenis roti dan kue sebagai hidangan utamanya. Contoh dari *bakery café* adalah Monsieur Spoon, PIK.

o. *Coffee Shop*

Coffee shop merupakan restoran yang menawarkan berbagai jenis minuman yang berbahan dasar biji kopi, seperti *cappuccino*, *latte*, *americano*, dan lainnya. Contoh dari *coffee shop* adalah Tanamera Coffee, BSD.

p. *Chef-Owned Restaurant*

Restoran jenis ini merupakan restoran yang dimiliki dan dikelola oleh koki *professional* yang sudah memiliki pengalaman di industri sehingga nama koki tersebut sudah tidak asing di masyarakat. Contoh dari *chef-owned restaurant* adalah Fedwell yang dimiliki *Chef* Renatta Moeloek.

q. *Centralized Home Delivery Restaurant*

Restoran ini memiliki konsep pesan antar, dimana konsumen dapat memesan makanan melalui *telephone* atau *internet*. Contoh dari *home delivery restaurant* ini adalah Domino's Delivery.

3. Jenis-jenis *Service*

Menurut Cousins, Lillicrap dan Weekes (2014, hal.17-21) terdapat beberapa jenis *service* antara lain:

a. *Table Service*

Table Service merupakan suatu sistem pelayanan yang diberikan oleh *waiter* atau *waitress* dari pengantaran ke tempat duduk, pemesanan hingga disajikannya makanan kepada tamu di meja. Beberapa sistem *Table service* terdiri dari:

1) *American Service*

Pelayanan ini paling sederhana dan cepat. Makanan ditata diatas piring di dalam dapur dan kemudian disajikan langsung ke meja konsumen.

2) *English Service*

Jenis pelayanan yang menyajikan makanan oleh *waiter* atau *waitress* yang menawarkan secara satu per satu ke piring tamu.

3) *French Service*

Tipe pelayanan dengan cara mempresentasikan makanan kepada tamu satu per satu dan tamu dapat memilih makanan sendiri sesuai keinginan.

4) *Family Style Service*

Pelayanan dimana makanan disajikan diatas piring dan di letakkan di tengah meja sehingga tamu dapat memilih makanannya sendiri.

5) *Gueridon Service*

Jenis pelayanan ini menggunakan *trolley* atau *side table* yang digunakan sebagai tempat untuk pertunjukan kecil yang dilakukan oleh *waiter* atau *waitress*, seperti *carving*, atau *flambe*.

b. *Assisted Service*

Sistem pelayanan yang merupakan gabungan dari *self-service* dan *table service*. Beberapa hidangan akan disajikan langsung kepada tamu dan hidangan lainnya diletakkan pada meja *buffet*.

c. *Self-Service*

Pelayanan yang memperbolehkan tamu untuk mengambil makanan dan minuman sendiri dari meja *display* atau *buffet* yang sudah disediakan.

d. *Single Point Service*

Jenis pelayanan yang mewajibkan tamu untuk dapat langsung ke *counter* untuk melakukan pemesanan, pembayaran, serta mengambil makanan dan minuman sendiri sesuai pesanan. *Single point service* dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

1) *Take Away Service*

Layanan bagi para tamu yang hanya ingin membawa pulang makanannya, pada umumnya hanya disediakan kursi untuk menunggu pesanan.

2) *Vending*

Mesin penjual otomatis yang dapat digunakan untuk memesan makanan dan minuman serta mengeluarkan makanan dan minuman yang sudah dipesan.

3) *Food Court*

Sebuah tempat yang terdiri atas beberapa *counter* yang menjual jenis makanan yang berbeda sehingga tamu dapat memiliki banyak pilihan.

4) *Drive Thru Service*

Jenis pelayanan bagi para tamu yang membawa kendaraan sehingga tidak perlu turun dari kendaraan untuk memesan makanan.

e. *Specialized Service*

Pelayanan yang mengantarkan makanan dan minuman ke tamu. Jenis pelayanan ini memiliki beberapa jenis, yaitu:

1) *Delivery Service*

Tamu melakukan pemesanan makanan dan minuman melalui *customer service* restoran, lalu mengantar pesanan tersebut ke tempat tujuan yang tamu inginkan.

2) *Room Service*

Jenis layanan ini digunakan dalam *hotel*, tamu memesan makanan dan minuman dari kamar tamu, dan *waiter* atau *waitress* akan mengantar ke kamar.

3) *Trolley Service*

Penggunaan *trolley* sebagai tempat penyimpanan atau menyajikan makanan dan minuman.

4) *Tray Service*

Pelayanan yang diberikan oleh *waiter* atau *waitress* dengan penggunaan *tray* sebagai tempat mengantar makanan dan minuman yang dipesan oleh tamu dan *tray* tersebut diberikan bersamaan.

4. Definisi *Menu*

Menu merupakan pusat atau aspek penting dalam kunci kesuksesan sebuah restoran yang menampilkan makanan dan minuman, dari *design* hingga isi dari menu harus disesuaikan dengan konsep dari restoran itu sendiri (Walker, 2014, hal. 106).

5. Klasifikasi *menu*

Menurut Walker (2014, hal. 126-136), menu memiliki beberapa jenis, yaitu:

a. *A'la carte Menu*

Daftar makanan dan minuman yang berisi makanan pembuka hingga makanan penutup yang disertai dengan harganya tersendiri.

b. *Table d'hote*

Jenis menu yang sudah dikelompokkan dengan harga yang sama dan relatif lebih terjangkau

c. *The Tourist Menu*

Menu yang dibuat untuk menarik wisatawan luar untuk berkunjung ke restoran.

d. *California Menu*

Menu yang tersedia sepanjang hari, jenis makanan pagi, siang dan malam akan tetap dapat dipesan.

e. *Du jour menu*

Jenis menu yang dapat diberikan kepada tamu pada hari tertentu, seperti *menu of the day*.

f. *Cyclical Menu*

Daftar makanan yang sudah disusun per harinya dan dipergunakan dalam periode waktu tertentu, dan sering digunakan untuk usaha jenis *catering*.

6. Definisi *Pastry*

Menurut Hermawan (2013) *pastry* merupakan jenis makanan penutup yang disukai oleh setiap kalangan dengan berbagai cara memasak baik dipanggang atau tidak. Produk *pastry* pada umumnya terbuat dari beberapa bahan pokok yang berisi atas terigu, mentega, telur dan air. Secara garis besar *pastry* pada umumnya dibagi menjadi 5 jenis yaitu *puff pastry*, *flaky pastry*, *shortcrust pastry*, *choux pastry*, dan *filo pastry*.

7. Sejarah *Pastry*

Pastry telah hadir sejak masa Mesir Kuno. Pembuatan roti yang terdiri atas tepung, ragi, dan air, dengan proses pemasakan dibakar dalam sebuah tungku. Seiring perkembangan zaman, bangsa Yunani mengembangkan cara pembuatan roti dan menyebarkannya ke bangsa Eropa. Orang Romawi, menciptakan adonan dasar menggunakan tepung, minyak dan air. Pada saat itu, roti dan gandum lebih berharga dibandingkan daging,

karena roti menjadi tolak ukur kelas sosial dalam masyarakat, dilihat dari kecerahan warna roti, semakin cerah warna roti, maka semakin tinggi status sosial orang tersebut.

Pada abad ke-14, *The Forme of Cury* merupakan buku masak pertama yang dibuat, memiliki berbagai resep *pastry* yang membuat *shortcrust, pie, tart, puff, chastletes, dan coffins*. Dengan munculnya buku masak tersebut, banyak ide dan inovasi yang bermunculan, seperti kuning telur dan *saffron* sebagai penambah warna pada adonan. *Crust pastry* dan *pies* menjadi sangat populer pada abad ke-15, menjadikan kedua hidangan *pastry* tersebut menjadi hidangan utama yang menjadi *centerpiece* pada saat perjamuan besar.

Pembuatan *pastry* semakin diminati dan populer di abad ke-17 dengan teknik dan dekorasi yang beragam. *Puff pastry* dibuat oleh Claude Gelée sekitar tahun 1645, Ketika tidak sengaja membuat adonan yang dilapisi mentega untuk ayahnya yang sakit, sehingga *Claude Gelée* dikenang sebagai penemu *pastry*. *Master pastry* Perancis, Marie-Antoine Carême (1784–1833), menjadi *celebrity chef* pertama yang membawa *pastry* ke *world of grande cuisine*. Kreasinya yang menghias toko kue di Paris, menumbuhkan popularitas *french Pastry* sebagai lambang makanan penutup yang mewah (Gazzard, 2015).

Pastry saat ini terkenal akan bentuknya yang indah, rapi, dan bermentega, dengan variasi *regional* dan pengaruh *international, pastry* menjadi sebuah kekayaan di dalam dunia kuliner.

8. Pengertian *French Pastry*

French pastries merupakan jenis *pastry* yang *flaky* dan berongga, dikarenakan penggunaan bahan mentega yang cukup banyak. Dibutuhkan waktu dan usaha yang lebih untuk menciptakan tekstur yang sempurna dan rasa yang menarik karena penggunaan teknik yang kompleks (ETG, 2018). *French pastries*, mengutamakan tekstur dan rasa untuk menghasilkan hidangan yang terbaik.

9. Jenis Produk Utama *French Pastry*

Menurut *Le Cordon Bleu International* (2021) Masakan Perancis merupakan pengaruh dan dasar dari segala produk *pastry modern* yang telah tersebar di seluruh dunia. Produk *French pastry* terdiri atas lima *style* dasar, yaitu:

a. *Pâte à choux*

Bahan utama dalam pembuatan *pâte à choux* adalah mentega dan tepung yang dimasak bersama, kemudian dimasukkan telur secara bertahap pada saat adonan hangat. Contoh produk adalah *éclairs*, *profiteroles*, *choux au craquelin*, dan lainnya.

b. *Pâte viennoise*

Adonan beragi yang kaya akan rasa dan manis. Contoh produk yang dihasilkan adalah *brioche*.

c. *Pâtes battues*

Dikenal dengan sebagai “*beaten dough*” atau adonan kocok yang terbagi menjadi 2 klasifikasi campuran yang biasa digunakan untuk membuat makanan penutup Perancis, yaitu *pâte génoise* (adonan kue, bolu, dan *madeleine*) dan *pâte biscuit* (adonan biskuit).

d. *Pâtes friables*

Adonan yang digunakan sebagai dasar pembuatan *tart* dan *quiches*. *Pâtes friables* terdiri atas 2 adonan berbeda disesuaikan dengan bahan, yaitu *pâte brisée* yang terdiri atas tepung, air, garam, dan mentega. *Pâte sablée* versi yang lebih kaya akan rasa yang terdiri atas gula, telur, dan terkadang menggunakan tepung almond.

e. *Pâte feuilletée*

Dikenal dengan “*puff pastry*”. Adonan yang pembuatannya harus dingin, dilipat berkali-kali dengan mentega yang dingin, lipatan lapisan yang berbeda-beda sehingga pada saat dimasak akan membentuk kantong udara didalamnya. Contoh produk adalah *croissant* dan *palmier*.

10. Definisi Gluten dan *Gluten-Free*

Menurut Dahlia (2014, hal. 5-8), gluten merupakan protein dan campuran amorf yang terkandung di dalam pati, Gluten dapat ditemukan di tanaman sereal atau *grains*, seperti gandum, *rye* dan *barley*. Bahan tersebut biasa digunakan dalam bentuk tepung untuk pembuatan roti, kue, *pasta* hingga minuman, karena sifat gluten sebagai perekat yang dapat membuat adonan roti atau kue menjadi elastis dan bertekstur kenyal.

Gluten memiliki jenis protein yang dibutuhkan oleh tubuh dan memiliki manfaat tersendiri bagi kesehatan, namun tidak semua orang dapat memakan produk makanan dan minuman yang mengandung gluten, karena terdapat sebagian orang memiliki tingkat toleransi rendah terhadap gluten, yang dapat mengakibatkan masalah kesehatan yang berpotensi menjadi protein racun yang menyerang kekebalan tubuh. Contoh penderita yang tidak dapat memakan gluten, yaitu penderita *celiac*, alergi gandum, penderita *dermatitis herpetiformis*, penderita sindrom iritasi usus, *ADHD*, lupus, kanker, penderita *schizophrenia* dan penderita *autism*.

Gluten-free atau bebas gluten adalah makanan dan minuman yang bebas akan penggunaan gluten dengan tekstur hingga rasa yang mirip dengan makanan dan minuman yang ber gluten. Protein yang didapat akan berbeda dengan produk makanan yang mengandung gluten. Produk bebas gluten semakin diminati di masyarakat, dikarenakan dapat meningkatkan kesehatan, menurunkan berat badan serta menambah energi (Hadiyanti, 2020).

11. Jenis Makanan yang Bebas Gluten

Beberapa jenis makanan bebas gluten yang dapat dinikmati bagi para penderita yang tidak bisa memakan makanan yang mengandung gluten (Welle, 2019), yaitu:

a. *Quinoa*

Quinoa merupakan biji-bijian yang mengandung nutrisi asam amino, protein yang tinggi serta kandungan serat *magnesium*,

vitamin B & E, fosfor dan antioksidan. *Quinoa* biasanya dijadikan pengganti nasi atau karbohidrat.

b. *Buah & Sayuran*

Segala jenis buah dan sayuran yang *fresh*, dalam artian belum diolah menjadi sebuah buah dan sayur kalengan atau beku.

c. Produk Kedelai

Kedelai tidak mengandung gluten bahkan di Eropa, produk kedelai kerap menjadi substitusi daging. Contoh produk yang dihasilkan dari kedelai adalah tahu dan tempe.

d. Jamur

Jamur tidak mengandung gluten pada dasarnya, serta memiliki manfaat serat yang membantu pencernaan lancar.

e. Makanan Laut dan Daging

Daging dan makanan laut, seperti udang, ikan, kerang dan makanan laut lainnya, secara alamiah tidak mengandung gluten, tetapi jika dilakukan proses pemasakan menggunakan tepung atau bumbu-bumbu dapat mengandung gluten.

f. Kacang dan biji-bijian

Kacang serta biji-bijian yang alami bebas dari gluten, selama belum diproses dengan makanan atau bumbu yang mengandung gluten.

g. Minyak Nabati

Minyak dan lemak yang alami tidak mengandung gluten. Produk dari minyak serta lemak, seperti mentega, minyak wijen, minyak zaitun dan minyak kelapa.

12. Jenis Tepung Bebas Gluten

Menurut (Nadisa, 2019), tepung salah satu bahan baku yang sering sekali digunakan untuk pembuatan makanan. Beberapa jenis tepung bebas gluten yang dapat dikonsumsi oleh penderita gluten, yaitu:

a. Tepung Beras

Tepung yang terbuat dari beras yang dihaluskan, berwarna putih dan teksturnya lembut. Cocok digunakan untuk pembuatan permen dan kue.

b. Tepung *Mocaf* (*Modified Cassava Flour*)

Tepung *mocaf* atau tepung singkong merupakan tepung yang dibuat dengan teknik fermentasi. Tepung ini sering digunakan sebagai pengganti tepung terigu.

c. Tepung Gaplek

Gaplek dalam artian tumbuk atau ayak. Tepung yang terbuat dari ubi singkong yang dihaluskan dengan cara ditumbuk.

d. Tepung Ketan Putih

Sesuai dengan namanya, tepung ini berbahan dasar beras ketan putih. Tekstur adonan yang didapat akan lebih kenyal dibanding tepung ketan sehingga cocok untuk pembuatan klepon.

e. Tepung Ketan Hitam

Tepung ini terbuat dari beras ketan hitam yang dihaluskan dan lebih bertekstur dibanding tepung ketan putih.

f. Tepung Hunkwe

Tepung yang terbuat dari sari pati kacang hijau. Tekstur dari tepung ini cenderung lebih kasar dibanding tepung terigu. Cocok untuk pembuatan cendol.

g. Tepung Sagu Putih

Sagu putih terbuat dari pohon sagu yang bagian tengahnya diiris, kemudian diendapkan dan dikeringkan. Tepung sagu putih ini sedikit mirip dengan tepung tapioka.

h. Tepung Kentang

Tepung kentang dibagi menjadi 2 jenis, yaitu tepung kentang yang kasar dan halus. Tepung kentang kasar dapat digunakan dengan menambahkan air terlebih dahulu. Tepung kentang ini dapat digunakan untuk membuat *pancake* dan perkedel.

i. Tepung Talas

Tepung yang terbuat dari umbi talas. Warna yang dihasilkan dari tepung ini akan sedikit coklat dan tepung ini biasanya cocok untuk pembuatan lapis talas dan donat.

j. Tepung Sagu Ambon

Dari nama Ambon, tepung ini terbuat dari pohon sagu yang tumbuh di Indonesia Timur.

13. Konsep Studi Kelayakan Bisnis

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan, konsep bisnis yang telah direncanakan adalah sebuah *café* dengan nama Puff You! Nama “*Puff*”, diambil dari nama produk yang akan dijual yaitu *cream puff* (bahasa Inggris) atau *choux au craquelin* (bahasa Perancis), sehingga dengan mendengar kata *puff*, konsumen dapat mengetahui produk apa yang dijual dan terdengar mudah untuk diingat. Puff You! menerapkan pelayanan *Single Point Service* yaitu konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran di *counter* sehingga pelayanan akan lebih praktis dan cepat serta menggunakan *American service* untuk pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menu yang ditawarkan Puff You! adalah *a’la carte* dan *table d’hote*, sehingga konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk sesuai keinginan atau memilih paket yang lebih menarik dan relatif lebih murah

Produk yang dijual Puff You! adalah *choux au craquelin* dengan menggunakan bahan dasar tepung mocaf bebas gluten sehingga mencakup konsumen secara luas, baik konsumen yang tidak bisa makan gluten dan yang bisa makan gluten. Penggunaan tepung bebas gluten, akan memberikan *positive mindset* konsumen terhadap produk Puff You! tanpa perlu khawatir akan masalah kesehatan, serta membantu pangan lokal Indonesia yang berkualitas. Menu utama yang ditawarkan Puff You! adalah *choux* bebas gluten dengan perpaduan cita rasa nusantara yang belum pernah ditemukan di Indonesia. Penggunaan *filling choux* dengan

cita rasa nusantara akan memberikan kesan unik dan menarik perhatian masyarakat. Puff You! tidak hanya menjual *choux* melainkan, dilengkapi juga dengan berbagai jenis *coffee* dan *tea*, serta *light bites*.

TABEL 5

Hasil Survei Pendahuluan

Kuesioner	Nilai										Mean
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Saya tertarik dengan Makanan Penutup (<i>dessert</i>) yang memiliki Cita Rasa Nusantara	0	0	0	0	1	2	4	5	10	8	8,5%

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 5, didapatkan bahwa nilai rerata pada jawaban dari pertanyaan ketertarikan responden terhadap makanan penutup (*dessert*) yang memiliki cita rasa nusantara sebesar 8,5% diatas rerata jawaban sehingga menunjukkan bahwa responden tertarik terhadap makanan penutup (*dessert*) yang memiliki cita rasa nusantara.

Desain tema *café* dari Puff You! adalah *simple & natural* dengan warna *interior* putih dengan aksen *wooden*. Pencahayaan yang digunakan lampu dengan warna *white & warm yellow* untuk memberikan kesan hangat dan nyaman.

TABEL 6

Hasil Survei Pendahuluan

Kuesioner	Nilai										Mean
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Saya Ingin Mempromosikan dan Memperkenalkan	0	0	0	0	1	1	4	3	6	15	8,9%

TABEL 6

Hasil Survey Pendahuluan (Lanjutan)

Produk Puff You! kepada Khalayak Ramai												
Saya Ingin Merekomendasikan Café Puff You!	0	0	0	0	1	1	2	5	6	15	8,97%	
Saya Ingin Mengunjungi kembali Café Puff You!	0	0	0	0	1	2	2	6	7	12	8,73%	

Sumber: Hasil Olahan Data (2021)

Berdasarkan tabel 6, didapatkan bahwa nilai rerata pada jawaban dari pertanyaan keinginan responden untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk Puff You! kepada khalayak ramai sebesar 8,9%. Untuk rerata jawaban responden terhadap keinginannya untuk merekomendasikan *Café Puff You!* sebesar 8,97%, sedangkan rerata jawaban pertanyaan ingin mengunjungi kembali *Café Puff You!* sebesar 8,73% dimana tiap pertanyaan tersebut diatas rerata, sehingga membuktikan bahwa *Café Puff You!* diminati oleh para responden baik dari segi café hingga produk yang dibuat. Untuk menambah ketertarikan khalayak ramai, produk dari *café Puff You!* akan mengikuti perkembangan zaman dengan varian rasanya, dikarenakan produk choux yang tergolong *versatile* sehingga dapat ditambahkan varian rasa yang tidak hanya manis melainkan rasa yang gurih. Ketertarikan responden menjadi salah satu dorongan bagi peneliti dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis *Café Puff You!*