

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Indonesia adalah negara yang kaya akan potensi pariwisata, bahkan Indonesia telah menetapkan industri pariwisata sebagai sektor prioritas pembangunan untuk menjadi penggerak ekonomi (Ardika, 2018). Industri pariwisata sendiri terdiri dari berbagai sektor perekonomian yang saling terkait. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Contoh dari usaha wisata yang dimaksud pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan adalah usaha daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, penyediaan akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa informasi pariwisata dan lainnya.

TABEL 1
Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Tahun 2018

TAHUN	JENIS USAHA			
	RESTORAN	KATERING	PMM LAINNYA	TOTAL
2018	7.680	485	2.836	11.001
2019	8.304	488	3.810	12.602

Sumber:(Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2020, 2021c)

Perkembangan industri pariwisata juga memberi dampak yang baik terhadap bagian dari industri tersebut, salah satunya adalah industri usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia. Dari tabel berikut, dapat dilihat bahwa pada tahun 2018, terdapat sebanyak 11.001 usaha penyedia makanan dan

minuman yang tersebar di Indonesia. Jika dibandingkan dengan data tahun 2019, jumlah usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia telah bertumbuh hingga hingga 12.602 usaha, atau mengalami peningkatan sebesar 14.6%.

DKI Jakarta merupakan ibukota dari Indonesia, yang berperan juga sebagai pusat pemerintahan dan pusat kegiatan ekonomi. Provinsi DKI Jakarta terbagi menjadi lima bagian wilayah Kota administrasi yaitu kota administrasi Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Selatan, dan satu Kabupaten administratif, yaitu Kepulauan Seribu.

TABEL 2
Laju Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta Tahun 2018-2020

Kabupaten / Kota	Jumlah dan Laju Pertumbuhan Penduduk DKI Jakarta					
	Jumlah Penduduk (ribu)			Laju Pertumbuhan Penduduk		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kepulauan Seribu	24.13	24.30	27.75	1.69	1.79	2.69
Jakarta Selatan	2246.14	2264.70	2226.81	1.06	1.18	0.75
Jakarta Timur	2916.02	2937.86	3037.14	0.98	1.09	1.17
Jakarta Pusat	924.69	928.11	1056.90	0.29	0.34	1.53
Jakarta Barat	2559.36	2589.93	2434.51	1.43	1.60	0.63
Jakarta Utara	1747.31	1812.91	1778.98	1.10	1.22	0.76
DKI Jakarta	10467.63	10557.81	10562.09	1.07	1.19	0.92

Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.)

Pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa Jakarta Timur memiliki jumlah penduduk terbesar di wilayah DKI Jakarta kemudian disusul dengan Jakarta Barat di posisi nomor dua, Jakarta Selatan di posisi nomor tiga, dan Jakarta Utara di posisi nomor empat. Meskipun Jakarta Utara mengalami penurunan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0.46, penurunan yang dialami tidak serendah Jakarta Barat yang mengalami penurunan sebesar 0.97. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa wilayah Jakarta Utara memiliki potensi untuk membangun suatu usaha.

TABEL 3
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Jakarta Utara Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku (Miliar Rupiah) 2016-2019

Lapangan Usaha	Nilai PDRB (Miliar Rupiah)		
	2017	2018	2019
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	594,2	616,3	636,5
Pertambangan dan Penggalian	-	-	-
Industri Pengolahan	156.987,3	170.228,8	172.352,2
Pengadaan Listrik dan Gas	234,4	253,4	264,9
Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	234,4	253,4	264,9
Konstruksi	65.614,8	71.691,0	77.114,9
Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil	74.560,6	83.150,9	92.190,4
Transportasi dan Pergudangan	18.967,3	20.337,8	22.793,4
Penyedia Akomodasi dan Makan Minum	19.313,4	20.692,5	22.858,8
Informasi dan Komunikasi	7.381,7	8.441,3	9.609,3
Jasa Keuangan dan Asuransi	6.999,3	7.448,1	8.307,6
Real Estate	23.382,1	25.310,0	27.431,7
Jasa Perusahaan	26.865,4	30.609,6	36.688,5
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	7.620,0	8.920,2	9.865,3
Jasa Pendidikan	16.009,2	17.190,2	18.335,0
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	5.674,2	6.327,0	6.946,1
Jasa lainnya	14.324,5	15.990,0	18.072,7
PDRB	445.913,8	488.755,3	525.169,7

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara, 2020)

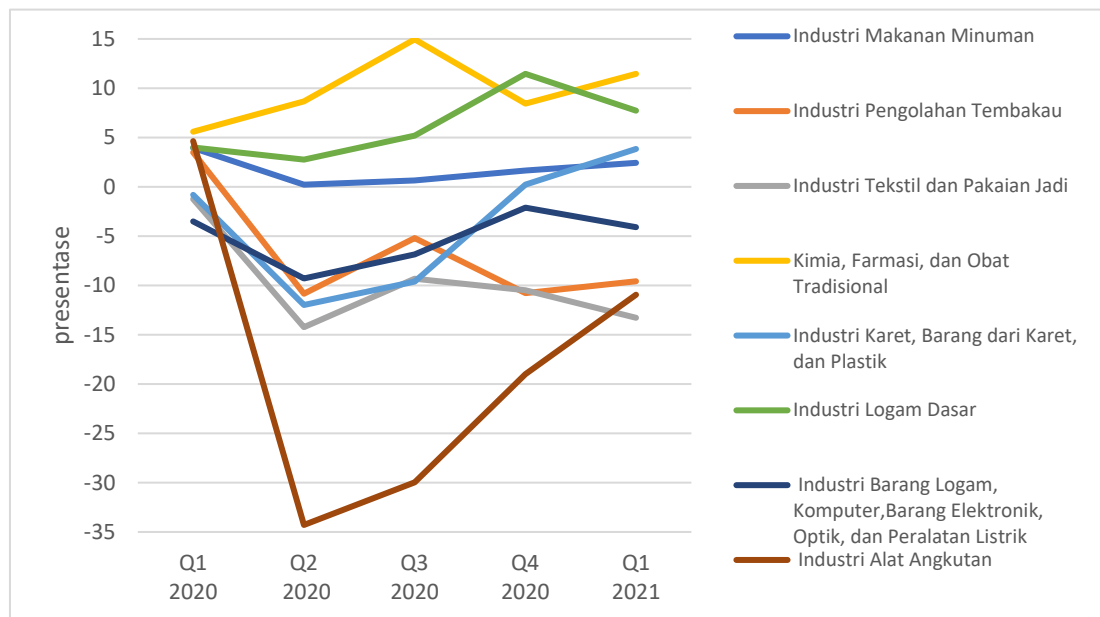
Tabel diatas membuktikan bahwa lapangan usaha akomodasi dan makanan minuman di Jakarta Utara mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Hal ini membuktikan bahwa membangun bisnis pada sektor akomodasi ataupun makanan dan minuman memiliki peluang untuk memperoleh keuntungan.

Keberadaan Pandemi COVID-19 di Indonesia memiliki dampak yang besar bagi sektor perekonomian, salah satunya adalah industri pariwisata, tak terkecuali sektor makanan dan minuman. Menurut World Health Organization atau WHO (2020), COVID-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh virus Corona jenis baru. Virus ini menyerang saluran pernafasan, dan dapat menimbulkan komplikasi yang serius bagi orang yang lebih tua dan memiliki penyakit bawaan seperti diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan kanker. Keberadaan pandemi tersebut mengharuskan orang-orang untuk mengurangi mobilitas dan untuk berada di rumah.

Menurut riset yang dilakukan oleh Moka pada tahun 2020, dari tujuh belas kota yang diobservasi, sebanyak tiga belas kota mengalami penurunan pendapatan harian yang signifikan. Bali dan Surabaya mengalami penurunan pendapatan harian yang paling signifikan dibandingkan dengan kota-kota lain. Bali mengalami penurunan sejumlah 18% dan Surabaya mengalami penurunan sejumlah 26%. Wilayah Jabodetabek turut mengalami penurunan pendapatan harian yang cukup signifikan, dengan penurunan yang paling signifikan terjadi di Depok, Tangerang, Jakarta Barat, dan Jakarta Timur. (Pernando, 2020)

Meskipun terdampak, Industri Makanan dan minuman merupakan salah satu industri dari sektor pengolahan yang memiliki kinerja yang baik selama pandemi, hal ini dapat dilihat dari pertumbuhannya yang positif dalam setahun terakhir. Pada kuartal pertama di tahun 2021, pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 2,45% (Bayu, 2021).

GAMBAR 1
Pertumbuhan Industri Pengolahan dan Makanan-Minuman (Kuartal I 2020-2021)



Sumber: Badan Pusat Statistik dalam Bayu (2021)

Dari grafik ini, kita dapat melihat bahwa industri makanan dan minuman mengalami penurunan pada kuartal pertama di tahun 2020 sebesar 3.72%. Meskipun mengalami penurunan pada kuartal pertama tahun 2020, industri makanan dan minuman merupakan satu-satunya industri yang mengalami pertumbuhan yang konsisten sejak kuartal kedua tahun 2020. (Bayu, 2021)

Untuk mengembalikan pertumbuhan ekonomi di semua sektor, pemerintah Indonesia telah berusaha untuk mengatasi pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini. Guna memperlambat laju dan menangani pandemi virus COVID-19, pemerintah membuat regulasi seperti PSBB dan PPKM yang mengharuskan masyarakat untuk tidak keluar rumah, sehingga menyebabkan masyarakat tinggal lebih banyak di rumah mereka. Hal tersebut memiliki dampak kepada tren industri penyedia makanan dan minuman. Menurut riset

yang dilakukan oleh Moka, perubahan perilaku tersebut menyebabkan peningkatan pembelian makanan yang dibawa pulang atau take-away meningkat sebesar 7% di bulan Januari hingga Februari 2020 (Pernando, 2020). Selain melakukan pesanan *take away*, masyarakat juga jadi sering memasak makanan sendiri di rumah. Meskipun demikian, ada beberapa jenis makanan yang tidak bisa mereka masak di rumah, contoh dari makanan tersebut adalah *cake*, *pizza*, dan *pasta*. Menu tersebut merupakan menu favorit yang tidak dimasak di rumah karena tingkat rumitnya bahan yang diperlukan dan kurangnya peralatan yang dibutuhkan di rumah. (Grab, 2021)

Salah satu *cake* yang sedang trend saat ini adalah *Korean buttercream cake*. Kepopuleran kue ini meningkat seiring dengan minat masyarakat akan hiburan yang berasal dari Korea, seperti K-pop dan K-drama. Kue ini digemari karena desainnya yang minimalis tetapi menarik perhatian. Selain desainnya yang minimalis, ukuran dan porsi kue yang beragam juga membuat kue ini cocok untuk segala suasana, mulai dari pesta ulang tahun, hingga sebagai cemilan. (Sari, 2021)

TABEL 4
Hasil Preliminary Survey

PRELIMINARY SURVEY			
No.	Pertanyaan	Jawaban	Hasil
1	Jika dibuka sebuah toko kue dengan jenis produk korean buttercream cake dengan 2 varian kue yaitu sponge cake (memiliki tekstur dan rasa yang lebih ringan) dan bolu jadul (memiliki tekstur dan rasa yang lebih berat), menurut pendapat anda, apakah produk ini menarik untuk dibeli?	Ya, karena Produk ini unik	30
		Ya, karena Produk ini belum ada di tempat lain	6
		Ya, karena produk ini memiliki rasa yang enak	23
		Tidak, karena Produk ini tidak menarik	1
		Tidak, karena alasan lain	1

Sumber: Hasil olahan data (2021)

TABEL 5
Hasil Preliminary Survey (lanjutan)

2	Jika dibuka sebuah toko kue dengan jenis produk korean buttercream cake dengan konsep DIY (Do It Yourself) dimana customer menghias kue mereka sendiri dengan icing , video tutorial, dan alat yang sudah disediakan, menurut pendapat anda, apakah produk ini menarik untuk dibeli? dan bolu jadul (memiliki tekstur dan rasa yang lebih berat) , menurut pendapat anda, apakah produk ini menarik untuk dibeli?	Ya, karena Produk ini unik	11
		Ya, karena Produk ini belum ada di tempat lain	9
		Ya, karena Produk ini memberi pengalaman atau experience yang baru	25
		Ya, karena memberi ruang untuk berkreasi	22
		Ya, karena bisa memberi sentuhan pribadi dan membuat produk menjadi "personalized"	28
		Tidak, karena merepotkan	4
		Tidak, karena Produk ini tidak menarik	0
		Tidak, karena alasan lain	1
3	Jika dibuka sebuah toko kue dan studio yang menyediakan kelas mendekorasi kue dengan tema yang berbeda setiap kelasnya dan jumlah peserta yang terbatas, menurut pendapat anda, apakah kelas ini menarik untuk diikuti?	Ya, karena Produk ini unik	10
		Ya, karena Produk ini memberi pengalaman atau experience yang baru	35
		Ya, karena kelas ini dapat menambah ilmu	20
		Ya, karena lokasi kelas (di PIK) strategis	6
		Tidak, karena Kelas ini tidak menarik	2
		Tidak, karena alasan lain	4

Sumber: Hasil olahan data (2021)

Penulis telah melakukan preliminary survey mengenai minat dan ketertarikan masyarakat terhadap produk kue dengan total jumlah responden 50 orang. Hasil survey tersebut menunjukkan bahwa hampir seluruh responden menjawab bahwa mereka tertarik kepada produk kue *Korean buttercream cake* dengan pilihan dua jenis bolu, yaitu sponge cake dan bolu jadul dengan alas an mereka sendiri. Mereka juga tertarik dengan konsep DIY cake dimana pembeli mendekor kue mereka sendiri untuk menambah sentuhan pribadi dan tertarik terhadap kelas mendekorasi kue.

Selain pandemi, hal lain yang cukup mengkhawatirkan adalah keadaan lingkungan yang terus memburuk karena limbah, polusi, dan sampah. Menyadari hal itu, banyak kalangan masyarakat yang menjadi lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan dan ingin turut mengambil peran dalam mengurangi sampah, terutama sampah yang tidak bisa didaur ulang dan tidak bisa hancur. Menurut riset yang dilakukan oleh Grab (2021), sebanyak satu dari dua konsumen ingin mengurangi limbah, terutama barang-barang seperti kantong plastik, tisu, atau kemasan saus, dan dua dari lima orang bersedia membayar ekstra hingga Rp. 4.500 untuk kemasan ramah lingkungan. Riset tersebut membuktikan bahwa sebagian konsumen memiliki kepedulian akan lingkungan dan ingin turut serta dalam menjaganya.

The Bakelane adalah sebuah bakeshop dan studio yang berlokasi di Pantai Indah Kapuk. Produk utama yang disajikan adalah Korean Buttercream cake dan Bento Cake yang tersedia dalam beberapa variasi rasa dan desain. Bakelane juga menyediakan DIY cake dimana pelanggan dapat menghias kue mereka sendiri dengan alat dan bahan yang telah disediakan untuk memberi sentuhan pribadi ke kue tersebut. Seluruh packaging yang digunakan oleh Bakelane adalah packaging yang ramah lingkungan. Hal ini diterapkan untuk menjalankan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan dan menarik konsumen yang juga ingin berkontribusi dalam mengurangi sampah yang tidak terurai. Selain menjual produk kue, Bakelane menawarkan juga kelas mendekorasi kue dengan dua tingkat kesulitan yaitu *basic* dan *intermediet*.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dalam bisnis merupakan hal yang penting. Sebuah bisnis harus memiliki arah dan tujuan agar dapat mencapai dan mengukur keberhasilan yang telah tercapai. Tujuan dari sebuah bisnis juga memiliki fungsi sebagai sebuah arahan dan bimbingan bagi para karyawan; juga sebagai jaminan kepercayaan bagi pelanggan, investor, bank, dan pemerintah mengenai reliabilitas bisnis. juga investor (Supriadi, 2012).

Dalam bisnis Bakelane, tujuan perusahaan diambil berdasarkan teori *Business Canvas Model*. Menurut Alexander Osterwalder, *Business Canvas Model* adalah sebuah model bisnis yang menjelaskan tentang berbagai alasan mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Tujuan dari The Bakelane Bakeshop and Studio terbagi menjadi 2 poin besar, yaitu tujuan utama atau *major objectives* dan sub tujuan atau *minor objectives*.

1. Tujuan Utama (Major Objectives)

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah Bakelane Bakeshop merupakan ide yang cukup layak untuk diinvestasikan dan dijadikan. Ada beberapa aspek yang menjadi pertimbangan yaitu aspek operasional, pasar dan pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia (SDM), juga strategi manajemen dan aspek produksi dengan harapan agar usaha ini dapat terus ditekuni dan berhasil.

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar menganalisa keadaan pasar, seperti segmentasi, permintaan, penawaran, target, dan posisi sebuah bisnis dalam pasar.

Hal ini bertujuan untuk memastikan Bakelane Bakeshop memiliki target pasar dan strategi bersaing yang sesuai. Aspek pemasaran menganalisa bauran pemasaran (8P), yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming dan Partnership dengan tujuan agar pemasaran yang dilakukan sesuai dengan target pasar yang dituju. (Suliyanto,2010)

b. Aspek Operasional

Aspek ini merupakan aspek yang menganalisa segala hal yang berhubungan dengan kegiatan operasional seperti teknologi dan faktor pendukung lain yang memiliki pengaruh dengan kegiatan operasional. Hal bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan operasional Bakelane Bakeshop dapat berjalan dengan lancar.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek sumber daya manusia menganalisa kesiapan kerja para tenaga kerja dalam suatu bisnis (Suliyanto,2010). Aspek ini bertujuan untuk mengatur struktur organisasi dalam restoran dan memastikan bahwa setiap orang yang bekerja di Bakelane Bakeshop dapat bekerja sesuai dengan kewajiban job description yang diberikan dan mendapat hak sepadan dengan kewajiban mereka.

d. Aspek Keuangan

Aspek keuangan memudahkan dalam perancangan biaya sewa, biaya legal, biaya renovasi, biaya inventori awal, biaya pra-operasional, biaya gaji, biaya supplies, dan biaya equipment. Aspek ini memastikan

biaya investasi yang dibutuhkan dan tingkat pengembalian dari dana investasi dari bisnis yang dijalankan (Suliyanto,2010).

2. Sub Tujuan (Minor Objectives)

- a. Membuka Lapangan kerja
- b. Meneliti dan menganalisa permintaan target pasar
- c. menentukan strategi untuk berkompetisi dalam pasar

C. Metodologi

Untuk dapat membuktikan kelayakan bisnis The Bakelane Bakeshop and Studio, diperlukan sebuah penelitian bisnis. Penelitian bisnis atau *business research* adalah sebuah penelitian yang terorganisir, sistematis, berdasarkan data, kritis, dan objektif (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Untuk dapat melaksanakan proses penelitian ini, harus dilakukan pengumpulan data yang akurat. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang terbagi berdasarkan jenis datanya, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sekaran dan Bougie (2016, hal 38), data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui survei, percobaan, dan observasi. Adapun metode pengumpulan data primer pada studi kelayakan bisnis Bakelane Bakeshop adalah kuesioner dan observasi.

a. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya di mana responden mencatat jawaban mereka, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan secara agak dekat (Sekaran,

U., & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, kuesioner yang disebarakan bertujuan untuk mengetahui keadaan target pasar dan kondisi pasar.

1) Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online selama bulan September hingga bulan November dengan lokasi utama penelitian berlokasi di Jakarta Utara dan Jakarta Barat.

2) Populasi dan Sample

Setiap penelitian tentu memiliki populasi dan sampel yang ingin diteliti. Populasi adalah sekelompok orang, peristiwa, atau hal-hal yang menarik yang ingin diselidiki dan disimpulkan oleh peneliti (Sekaran, U., & Bougie, 2016), sedangkan sample adalah bagian dari populasi atau beberapa elemen, tetapi tidak semua elemen dari populasi (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Populasi untuk penelitian ini adalah orang yang tinggal di DKI Jakarta, terutama daerah Jakarta Utara dan Jakarta Barat, dikarenakan peneliti tidak dapat meneliti keseluruhan populasi, peneliti akan mengambil sample dari populasi tersebut.

Sampling design yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. *Nonprobability sampling* adalah metode dimana elemen-elemen yang berada disuatu populasi tidak memiliki kepastian untuk dipilih sebagai subjek sampel. *Convenience sampling* adalah metode *nonprobability sampling* dimana sampel didapat dari elemen

populasi yang dapat memberikan informasi dan peneliti memiliki kebebasan dalam memilih sampel yang datanya mudah diperoleh. Metode ini dipilih karena dapat mengumpulkan data dengan cepat dan efisien (Sekaran, U., & Bougie, 2016).

b. Metode Observasi

Metode observasi adalah kegiatan menonton, merekam, menganalisis, dan menafsirkan secara terencana sebuah perilaku, tindakan, atau peristiwa (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap beberapa toko kue online yang beroperasi di daerah Jakarta Barat untuk mengetahui bagaimana mereka beroperasi dan standard operational procedures (SOP) yang diterapkan disana.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia yang sebelumnya sudah dikumpulkan oleh sumber dan peneliti lain untuk tujuan selain studi ini (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Data sekunder dapat memberikan informasi lebih untuk para peneliti. Data ini dapat didapatkan melalui jurnal, penelitian sebelumnya, publikasi dari organisasi terkait, dan badan statistik, seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk mengukur dan menguji data yang telah didapatkan, maka akan dilakukan dua uji, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas adalah sebuah uji atau tes yang digunakan untuk melihat seberapa baik instrumen yang dikembangkan dapat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Uji reliabilitas adalah pengukuran yang

mengindikasikan tidak ada yang bias dan memastikan pengukuran yang konsisten berdasarkan waktu dan instrument. (Sekaran, U., & Bougie, 2016). Uji validitas dan reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan alat pendukung, yaitu *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

D. Tinjauan Konseptual

1. Usaha Jasa Makanan Dan Minuman

Menurut (UKM Indonesia), Usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya. Terdapat beberapa jenis bidang usaha yang tercakup, antara lain usaha restoran, rumah makan, kafe, bar atau rumah minum, jasa boga (katering), pusat penjualan makanan (food court), warung makan, dan *bakery*.

2. Bakery

Bakery atau toko kue merupakan sebuah tempat yang memproduksi dan menjual makanan berbahan dasar tepung yang dipanggang dalam oven seperti roti, kue, kue kering, dan pai. Toko kue dapat menyediakan berbagai macam kue dengan berbagai macam desain desain untuk acara khusus seperti pernikahan, pesta ulang tahun, dan *anniversary*. (EIILM University, 2014)

3. Studio

Studio adalah sebuah tempat seseorang untuk menghasilkan karya. Kata "studio" berasal dari bahasa Yunani *studium* yang memiliki arti amat menginginkan sesuatu. Sebuah studio dapat dimanfaatkan untuk

menghasilkan beragam jenis karya, seperti foto, musik, barang seni, dan lukisan. (Engel & Susanto, 2017).

4. *Cake*

Cake atau kue adalah sebuah hidangan penutup yang terbuat dari variasi campuran lemak, telur, tepung, dan gula yang kemudian dipanggang dalam oven atau dikukus. Kue dapat dikreasikan dalam berbagai rasa dan desain (Gisslen, 2016). Selain penggunaan bahan dengan kualitas tinggi, keberhasilan sebuah kue juga ditentukan oleh proses pencampuran dan pembuatannya. Menurut Wayne Gisslen (2016), ada dua jenis kue berdasarkan *mixing methods* atau metode pencampuran adonannya, yaitu

a. *High fat atau Shortened Cakes*

Kue *high fat* atau *shortened cakes* adalah kue yang menggunakan campuran lemak (seperti mentega dan *shortening*) dan gula untuk membuat *air cells* yang membentuk tekstur dan pengembangan kue. Tekstur dari kue jenis ini cenderung lebih lumer di mulut, lembut, berat dan padat karena menggunakan banyak lemak (*butter*). Contoh dari kue *high fat* atau *shortened cakes* adalah *Butter cake* dan *Pound cake*.

b. *Egg-foam Cakes*

Kue *egg-foam cakes* adalah kue yang menggunakan campuran telur dan gula untuk membuat *air cells* yang membentuk tekstur dan pengembangan kue. Kue jenis ini memiliki tekstur yang kenyal, kokoh, ringan dan *airy*. Hal ini membuat kue *egg-foam* digunakan untuk berbagai makanan penutup yang membutuhkan banyak penanganan dalam proses perakitannya. *Egg-foam cake* lebih kering dari *shortened*

cake, untuk menambah *moisture* atau kelembaban kue, akan ditambahkan sirup gula. Contoh dari kue *egg-foam* adalah kue Chiffon, kue Angel's Food, dan kue Sponge.

5. *Cake Decorating*

Cake decorating atau dekorasi kue merupakan salah satu wujud dari *sugar arts* yang menggunakan *icing*, *frosting*, dan elemen dekoratif lainnya untuk membuat kue yang polos menjadi lebih menarik secara visual. (Gisslen, 2016)

6. *Buttercream*

Menurut Wayne Gisslen dalam bukunya, *Professional Baking* (2016), *buttercream* adalah *icing* yang biasanya terbuat dari campuran lemak dan gula terkadang juga mengandung telur. Rasa dari Buttercream bisa disesuaikan dengan keperluan dengan menambahkan komponen perasa ke dalam campuran *buttercream*. Tekstur *Buttercream* yang halus dan ringan, juga rasa yang beragam membuat *buttercream* umum digunakan sebagai isi penghias kue.

7. Konsep Bisnis

Bakelane adalah sebuah bake shop dan studio yang menawarkan berbagai jenis kue. Konsep estetik dari the Bakelane adalah simple dan *shopisticated* yang dominan dengan warna putih dan coklat Dalam Bahasa Inggris, Bake memiliki arti memanggang dan lane memiliki arti jalan. Nama Bakelane terinspirasi dari Baker Street yang berada di Marylebone, London. Nama tersebut juga memiliki *rhyme* atau irama akhiran yang mirip sehingga mudah untuk diingat.

Produk utama yang ditawarkan di Bakelane merupakan kue tar dengan dua varian kue, yaitu sponge cake dan bolu jadul dengan citarasa yang beragam, baik dari lokal maupun internasional. Bakelane menawarkan pengalaman DIY atau *Do it Yourself* kepada para pelanggan dimana mereka dapat medekor kue dan memberi sentuhan peronal mereka sendiri dengan icing dan *sprinkles* yang telah disediakan oleh Bakelane. Selain itu, Bakelane juga menawarkan jasa dekor dan cake lettering menggunakan buttercream untuk menghias cheesecake sesuai dengan keinginan pelanggan. Kue yang ditawarkan tersedia dalam 3 ukuran yaitu dalam bentuk bento box cake dengan diameter 10 cm dan regular cake dengan diameter 16 cm dan 18 cm.

Toko dan kitchen dari Bakelane berlokasi di Ruko Theme Park, PIK, Jakarta Utara. Lokasi tersebut dipilih karena lokasi di Pantai Indah Kapuk (PIK) yang memiliki jangkauan lokasi yang luas. Lokasi tersebut memiliki akses yang mudah ke daerah Puri, Pluit, Muara Karang, dan Cengkareng

Produk dari Bakelane menggunakan sistem ready stock dan pre-order. Beberapa pilihan produk dari Bakelane akan tersedia ready stock di toko Sedangkan produk custom dengan pesanan khusus menggunakan system pre-order dengan waktu pre-order minimal tiga hari agar dapat memberikan produk yang terbaik bagi para pelanggan. Produk ready stock Bakelane dapat dipesan langsung di toko. Untuk produk pre order, pelanggan dapat menghubungi Bakelane melalui Instagram, Whatsap, dan datang langsung ke toko untuk mendiskusikan produk yang diinginkannya.

Pengiriman produk dilakukan melalui Gosend dan delivery menggunakan mobil pemilik pada daerah tertentu. Selain dikirim, produk dari Bakelane juga dapat di Pick-up di toko. Untuk pembayaran, Bakelane menerima transfer dan M-Banking, OVO, Gopay, dan Qris dari para pelanggan.

