

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Jasa penyedia makanan dan minuman merupakan salah satu bidang usaha yang tidak pernah mati. Berdasarkan hierarki kebutuhan Abraham H. Maslow, manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan, diantaranya kebutuhan fisiologis, keamanan dan keselamatan, harga diri, sosial, serta aktualisasi diri. Dari beberapa kebutuhan tersebut, kebutuhan manusia yang paling dasar adalah kebutuhan fisiologis. Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan akan tempat, makanan, dan minuman yang dimana selama kehidupan manusia masih berlangsung, maka kebutuhan tersebut akan terus dicari. Kebutuhan ini lebih dikenal dengan sebutan kebutuhan primer. Selain kebutuhan primer, manusia juga memiliki kebutuhan tersier yaitu kebutuhan akan sosial dan hiburan. Hal tersebut adalah alasan yang mendasari penulis dalam memilih bisnis di bidang makanan dan minuman.)

TABEL 1
Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)
Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha
Tahun 2017 – 2020

Usaha	Nilai PDRB (Miliyar Rupiah)			
	2017	2018	2019	2020
Makanan dan Minuman	66.562,68	69.182,16	69.975,69	69.901,90

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Dilihat dari Tabel 1, nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Indonesia dalam bidang usaha makanan dan minuman di tahun 2017 – 2019 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa

nilai tambah yang diberikan oleh usaha makanan dan minuman di Indonesia cukup stabil, meskipun ada penurunan di tahun 2020 yang berkaitan dengan masuknya virus COVID-19 di Indonesia, namun nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Indonesia pada tahun 2020 masih dapat dikatakan cukup tinggi, dikarenakan walaupun selama pandemik pun manusia masih membutuhkan makanan dan minuman untuk bertahan hidup.

Indonesia merupakan salah satu negara di Asia Tenggara yang berada di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik. Negara Indonesia adalah Negara dengan kepulauan terluas di dunia. Indonesia memiliki luas sebesar 1.919.440 km², dimana di dalamnya ada 17.508 pulau yang tersebar ke dalam 34 Provinsi. Hal ini sekaligus menjadikan Indonesia sebagai Negara dengan penduduk terbanyak keempat yaitu sebanyak 278.752.361 penduduk.

TABEL 2
Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Provinsi
Tahun 2017 – 2020

Provinsi	Jumlah Penduduk (Juta Jiwa)			
	2017	2018	2019	2020
Jawa Barat	47.922,8	48.475,5	49.023, 2	49,565,2
Jawa Timur	39.287,3	39.521,9	39.744,8	39.955,9
Jawa Tengah	34.156,4	34,358,5	34,552,5	34.738,2
Sumatera Utara	14.308,4	14.476	14.639,4	14.798,4
Banten	12.345	12.530,8	12.714,3	12.895,3
DKI Jakarta	10.348,3	10.428	10.504,1	10.576,4

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Berdasarkan Tabel 2, Provinsi Banten merupakan provinsi urutan kelima dengan jumlah penduduk terbanyak dari tahun 2017 sampai 2020. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk di Provinsi Banten terus meningkat setiap tahunnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa Banten merupakan provinsi yang padat akan penduduk dan tepat sebagai tempat

untuk membuka usaha, dikarenakan seiring dengan jumlah penduduk yang besar, tingkat konsumsi masyarakat pun ikut meningkat dan dengan adanya peningkatan konsumsi tersebut maka semakin banyak pula permintaan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

TABEL 3
Presentase Rata-Rata Pengeluaran Per Kapita Sebulan untuk
Konsumsi Makanan dan Bukan Makanan
di Perkotaan Provinsi Banten Tahun 2018 - 2020

Tahun	Makanan	Bukan Makanan
2018	45,63 %	54,37 %
2019	46,86 %	53,14 %
2020	47,62 %	52,38 %

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Pada Tabel 3, dapat dilihat rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk konsumsi makanan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Angka rata-rata yang ditunjukkan berada di atas 45% dan mendekati 50% yang berarti hampir setengah dari rata-rata pengeluaran per kapita bulanan masyarakat di Provinsi Banten dituangkan untuk konsumsi makanan.

TABEL 4
Pengeluaran Rata-Rata Per Kapita Sebulan Menurut
Kelompok Barang Makanan Di Tangerang Tahun 2018 – 2020

Kelompok Barang Makanan	Pengeluaran Rata-Rata Per Kapita Sebulan		
	2018	2019	2020
Padi-padian	62.419	53.678	57.645
Umbi-umbian	7.923	7.468	9.032
Ikan	68.612	59.080	66.786
Daging	53.521	50.066	46.832
Telur dan Susu	56.883	51.241	51.456
Sayur-sayuran	58.306	52.568	65.711
Kacang-kacangan	16.931	16.587	17.372
Buah-buahan	50.802	43.033	48.438
Minyak dan Lemak	14.893	13.644	14.840

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

TABEL 4
Pengeluaran Rata-Rata Per Kapita Sebulan Menurut
Kelompok Barang Makanan Di Tangerang Tahun 2018 – 2020 (Lanjutan)

Kelompok Barang Makanan	Pengeluaran Rata-Rata Per Kapita Sebulan		
	2018	2019	2020
Bahan Minuman	19.669	18.924	20.976
Bumbu-bumbuan	15.286	13.508	16.360
Konsumsi Lainnya	13.956	13.116	13.561
Makanan dan Minuman Jadi	343.372	338.269	347.279
Tembakau dan Sirih	75.716	798.229	75.276

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Pada Tabel 4, dapat dilihat rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk konsumsi jadi memperoleh angka paling tinggi untuk perhitungan total pengeluaran rata-rata per bulannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat di kota Tangerang merupakan masyarakat yang konsumtif atau gemar untuk membeli makanan jadi.

TABEL 5
Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota
di Provinsi Banten Tahun 2017 – 2020

Kabupaten/ Kota	Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten (Jiwa)			
	2017	2018	2019	2020
Kab. Pandeglang	1.205.203	1.209.011	1.211.909	1.272.687
Kab. Lebak	1.288.103	1.295.810	1.302.608	1.386.793
Kab. Tangerang	3.584.770	3.692.693	3.800.787	3.245.619
Kab. Serang	1.493.591	1.501.501	1.508.397	1.622.630
Kota Tangerang	2.139.891	2.185.304	2.229.901	1.895.486
Kota Cilegon	425.103	431.305	437.205	434.896
Kota Serang	666.600	677.804	688.603	692.101
Kota Tangerang Selatan	1.644.899	1.696.308	1.747.906	1.354.350

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Provinsi Banten memiliki luas sekitar 9.663 km² yang di dalamnya terdiri dari beberapa kabupaten/kota seperti yang tertera pada Tabel 5. Penulis memilih Kota Tangerang sebagai lokasi bisnis dimana Kota

Tangerang menempati peringkat kedua untuk jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Banten yaitu sebanyak 1.895.486 orang.

Green Lake City merupakan suatu kawasan hunian di Kota Tangerang yang dikembangkan oleh salah satu pengembang terbesar di Indonesia, yaitu Agung Sedayu Group. Perumahan ini merupakan proyek *mixed-use* dimana kawasan hunian dipadukan dengan fasilitas penunjang seperti area komersial yang terintegrasi di dalam kawasannya. Selain beberapa Cluster untuk hunian, disediakan juga ruko-ruko yang dapat digunakan untuk usaha bisnis.

GAMBAR 1
Green Lake City



Sumber: Agung Sedayu Group Website (2022)

Penulis memilih Green Lake City sebagai lokasi bisnis karena lokasinya yang strategis yaitu berada di pertengahan Jakarta Barat dan Tangerang serta disambungkan langsung dengan akses tol. Selain itu, karena Green Lake City merupakan kawasan hunian yang di dalamnya terdiri atas beberapa Cluster, maka hal tersebut memberikan dampak positif terhadap bisnis yang ada di sekitarnya, seperti dengan adanya potensi pasar yang jelas yakni warga di kawasan hunian tersebut. Lokasi ini didukung

juga dengan fasilitas di sekitar seperti SPBU dan rumah sakit yang dapat ditempuh hanya dalam waktu 5 menit. Banyaknya *supplier* atau kemudahan untuk mendapatkan pemasok yang mendukung bisnis serta lokasi yang dekat dengan tempat tinggal penulis juga menjadi alasan penulis untuk mendirikan bisnis di daerah ini, sehingga jika bisnis di implementasikan dapat memudahkan penulis dalam hal mengontrol dan sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi penulis sebagai warga yang tinggal di salah satu cluster di Green Lake City, bisnis yang berada di daerah ini tumbuh sangat pesat, salah satunya adalah di bidang penyedia makanan dan minuman. Jumlah restoran dan kafe di daerah ini cukup banyak dan terus berkembang setiap tahunnya. Sebagai contoh Tatei Café merupakan salah satu kafe yang paling digemari di daerah ini. Walaupun kafe tersebut dibuka sejak akhir tahun 2020, namun hingga saat ini Tatei Café masih ramai dan berhasil menarik berbagai pasar dari domisili yang berbeda. Adapun produk utama yang dijual dari kafe tersebut adalah Madeleine, kue dari Prancis.

Berikut adalah beberapa daftar kafe yang bergerak di bidang yang sama dan menjual produk serupa yang ada di sekitar Green Lake City.

TABEL 6
Kafe di Green Lake City

No.	Nama
1.	TATEI Café & Cakery
2.	Bulbul Board Game Cafe
3.	Bluepink Café & Bakery
4.	Mama Corgi Cafe
5.	Kopi Soe Cafe

Sumber: Observasi Lapangan (2022)

Dilihat dari Tabel Dikarenakan lokasi Green Lake City yang berada di antara Jakarta Barat dan Tangerang, maka penulis melakukan riset juga terhadap kondisi penyedia makanan dan minuman di daerah Jakarta Barat.

TABEL 7
Tipe Restoran di Jakarta Barat

No.	Tipe Restoran	Jumlah
1.	<i>Quick Bites</i>	1.645
2.	<i>Casual Restaurant</i>	442
3.	Toko Minuman	441
4.	<i>Café</i>	293
5.	Pujasera	271
6.	Toko Kue dan Roti	184
7.	Toko <i>Dessert</i>	124
8.	Kios	68
9.	Kaki Lima	43
10.	Bar	14

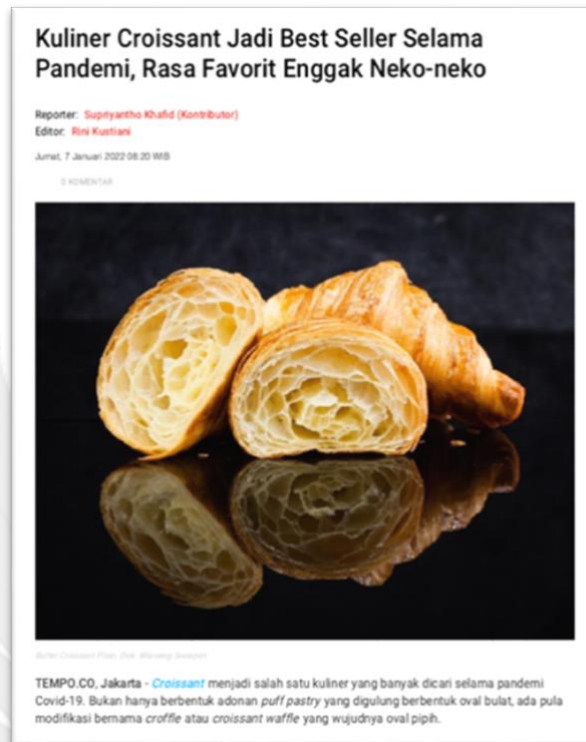
Sumber: Zomato (2022)

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa kafe di daerah Jakarta Barat berjumlah 293 dan menjadi tipe restoran terbanyak keempat yang menandakan bahwa restoran tipe kafe masih dapat dikembangkan. Dengan demikian, ada peluang untuk membuat kafe di sekitar Jakarta Barat.

Banyaknya perusahaan-perusahaan di bidang jasa makanan dan minuman ini membuat persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini, perusahaan dituntut untuk memperkuat ide bisnis agar dapat bersaing dengan menemukan keunggulan kompetitif yang dapat menempatkan perusahaan pada tingkat tertentu. Salah satu caranya adalah dengan melihat tren yang ada dan melakukan variasi produk.

GAMBAR 2

Berita Tentang *Croissant*



Sumber: Tempo Travel (2022)

Berdasarkan Gambar 2, dapat dilihat bahwa *croissant* menjadi produk yang laku selama pandemik ini. Tren ini dimulai oleh Korea Selatan dimana masyarakat mengkombinasikan *croissant* dengan *waffle* dan menjadi *booming* di negara-negara lain termasuk Indonesia dengan sebutan nama *croffle*. Tidak seperti pembuatan *croissant* pada umumnya yang melalui proses *baking* di dalam oven, adonan *croissant* kombinasi atau *croffle* ini akan dipanggang dalam cetakan *waffle*.

Pada Studi Kelayakan Bisnis ini, berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, penulis melihat adanya peluang usaha di bidang jasa pelayanan makanan dan minuman di daerah Tangerang dengan ide bisnis berupa *J'aime Les Croissant Café* yang menawarkan *croissant* dengan berbagai kombinasi sebagai produk utamanya. Adapun alasan penulis

memilih produk utama tersebut adalah karena belum banyaknya usaha di bidang makanan dan minuman yang menjual produk tersebut, mayoritas hanya tersentral pada *croissant waffle*. Sedangkan disini kafe akan menyediakan produk kombinasi lainnya, seperti *croissant doughnut*, *croissant muffin*, *croissant cubes*, *croissant cereal*, *croissant sandwich*, dan *croissant pizza*.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Berikut adalah beberapa tujuan dari pembuatan Studi Kelayakan Bisnis, yaitu:

1. Tujuan Utama

Tujuan utama dari pembuatan Studi Kelayakan Bisnis *J'aime Les Croissant* adalah untuk melengkapi Nilai Tugas Akhir sebagai salah satu persyaratan kelulusan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.) Adapun tujuan lain dari Studi Kelayakan Bisnis ini adalah untuk menguji layak atau tidaknya ide bisnis ini. Kelayakan bisnis ini didukung oleh berbagai aspek, diantaranya:

a. Aspek Pemasaran

Tujuan dari aspek pemasaran adalah untuk menganalisis permintaan, penawaran, STP (*segmenting, positioning, targeting*), dan bauran pemasaran 8P (*product, price, place, promotion, people, partnership, packaging, programing*), serta kondisi sosial, ekonomi, dan teknologi yang dapat mempengaruhi jalannya bisnis *J'aime Les Croissant Café*.

b. Aspek Operasional

Tujuan dari aspek operasional adalah untuk mengetahui langkah-langkah atau strategi dalam menjalankan kegiatan operasional dan produksi seperti sistem operasional, standar operasional, beserta fasilitas-fasilitas yang mendukung jalannya bisnis *J'aime Les Croissant Café*.

c. Aspek Sumber Daya Manusia

Tujuan dari aspek sumber daya manusia adalah untuk menentukan struktur organisasi, pembagian dan spesifikasi kerja yang dibutuhkan, pelatihan dan pengembangan, serta aspek legal dari bisnis *J'aime Les Croissant Café*.

a) Aspek Keuangan

Tujuan dari aspek keuangan ini adalah untuk merincikan kebutuhan dana yang diperlukan dalam bisnis seperti perolehan sumber dana, perkiraan jumlah biaya yang diperlukan untuk operasional (pengeluaran), perkiraan laba rugi, *payback period*, dan *break even point* (BEP) dari bisnis *J'aime Les Croissant Café*.

2. Sub-Tujuan

Tujuan lainnya yang diharapkan dengan adanya bisnis ini adalah:

- a. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat
- b. Meningkatkan kualitas industri bisnis di bidang jasa pelayanan makanan dan minuman

- c. Menjadi wadah bagi masyarakat untuk berkumpul, bersosialisasi, dan bertukar pikiran

C. Metodologi

Menurut (Sugiyono, 2013, hal. 2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam menyusun studi kelayakan bisnis Un Croissant Café ini, dibutuhkan data-data yang dapat mendukung dalam penyusunannya untuk menentukan langkah yang akan diambil pada perencanaan. Berikut teknis pengumpulan data berdasarkan jenis datanya, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Indriantoro dan Supomo, 2011, hal. 146), data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer ini dapat diperoleh melalui beberapa metode, diantaranya:

- a. Metode survei dengan kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2014, hal. 230), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam studi kelayakan bisnis ini, penulis melakukan survei dengan membagikan kuesioner secara *online*. Dengan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kuesioner merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan dibagikan dan

dijawab oleh subjek atau responden. Berikut adalah ketentuan untuk subjek:

1) Populasi

Menurut (Sugiyono, 2013, hal. 80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada bisnis J'aime Les Croissant Café adalah masyarakat sekitar Jabodetabek.

2) Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013, hal. 81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut . Sampel pada bisnis J'aime Les Croissant Café ini adalah masyarakat Jakarta sekitarnya dan Banten. Pengambilan sampel ini akan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Setelah kuesioner dibagikan dan diisi oleh responden, hasil dari kuesioner ini nantinya akan di *input* ke dalam aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS) untuk dilakukan pengujian atas jawaban dari variabel-variabel yang ada.

1) Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dalam mengukur atas apa yang diinginkan dengan

cara mengkorelasikan jumlah skor variabel dengan skor total.

Hasil uji validitas dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Biasanya digunakan formula *cronbach alpha*, dimana secara umum yang dianggap reliabel (andal) apabila nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6. Selain itu, untuk menentukan suatu variabel reliabel atau tidak, maka digunakan batas nilai *Alpha*, diantaranya:

Reliabilitas $< 0,6$ = kurang baik

Reliabilitas 0,7 = dapat diterima

Reliabilitas 0,8 = baik

b. Metode observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan terhadap suatu hal. Hasil observasi tersebut kemudian akan diolah dan dianalisa. Dalam studi kelayakan bisnis ini, penulis akan melakukan observasi lokasi, kompetitor langsung dan tidak langsung di sekitar Green Lake City, tren pasar untuk mendapatkan informasi bagi kelancaran bisnis.

2. Data Sekunder

Menurut (Indriantoro dan Supomo, 2011, hal. 147), data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam

arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dalam pembuatan studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan data sekunder berupa data dari Badan Pusat Statistik, aplikasi Zomato, jurnal, beberapa *e-book* dan artikel, badan hukum, serta referensi dari studi kelayakan bisnis yang ada di UPH *library*.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

Tinjauan konsep pada Studi Kelayakan Bisnis ini berisi teori-teori yang menjadi panduan bagi penulis untuk memudahkan penulis dalam menemukan dan mengembangkan hasil laporan. Kajian teori ini juga membantu penulis untuk memfokuskan ruang lingkup supaya tidak keluar dari tujuan. Penulis menggunakan beberapa konsep disini, antara lain pengertian restoran, sejarah restoran, klasifikasi restoran, café, pelayanan, dan dimensi kualitas pelayanan.

1. Pengertian

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 11 Tahun 2014 disebutkan bahwa Usaha Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba. Maka dapat disimpulkan bahwa restoran merupakan tempat yang dikunjungi orang untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Restoran biasanya

juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya, baik melalui menu masakan, hiburan, maupun desain bangunan.

2. Sejarah

Asal usul penggunaan nama '*restaurant*' ditelusuri berasal dari abad ke-16, ketika istilah ini pertama kali ditemukan di Prancis. Restoran berasal dari bahasa Prancis '*restaurer*' atau bahasa Inggris '*restore*' yang artinya membangkitkan tenaga. *A Boulanger* adalah nama restoran pertama di dunia yang didirikan pada tahun 1765 yang berlokasi di kota Paris. Dengan berdirinya restoran ini, Paris memegang sejarah penting bagi kelahiran restoran dan bisnis kuliner di dunia. *A Boulanger* tidak memiliki banyak menu ataupun daftar menu tertulis seperti layaknya restoran sekarang. Restoran tersebut hanya menyediakan satu menu berupa sup. Ia menamai sup tersebut dengan nama '*restorantes*' yang merupakan asal kata dari restoran. Sekitar tahun 1782, terjadi terobosan konsep ketika restoran yang terletak di Rue De Richelieu, Paris menulis daftar makanan dalam menu. Makanan kemudian disajikan dalam porsi personal dan setiap tamu dilayani satu per satu. Menu yang dikeluarkan pun tidak sekaligus melainkan bertahap. Revolusi Prancis memegang peran penting dalam perkembangan bisnis restoran. Banyak pekerja seperti pelayan dan koki kaum bangsawan yang kehilangan majikannya yang dihukum pancung ataupun yang melarikan diri. Maka dari itu, untuk menghidupi diri, para pekerja tersebut mulai membuka restoran sendiri. Perkembangan restoran pun didukung oleh urbanisasi dan munculnya kelas menengah yang terdiri dari para profesional dan orang

bisnis. Bermula dari sini, banyak orang membuka restoran dengan menyajikan menu-menu lainnya. Bisnis restoran berkembang dengan berbagai konsep hingga saat ini. Ada berbagai macam restoran seperti restoran tradisional, restoran cepat saji, kafe, dan sebagainya. Kafe merupakan tipe restoran yang lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan, dan kenyamanan. Seiring perkembangan, kafe tidak hanya menyediakan kopi, namun juga minuman lainnya dan makanan.

3. Jenis Pelayanan

Menurut (Cousins et., al, 2014, hal.17), ada beberapa jenis pelayanan di restoran, yaitu:

a. *Table Service*

Jenis pelayanan ini membutuhkan bantuan pelayan untuk melayani tamu dari awal hingga akhir. Tamu yang datang akan disambut oleh pelayan dan diarahkan langsung ke meja yang masih tersedia, kemudian pelayan akan memberikan menu kepada tamu tersebut untuk dipilih. Tamu tersebut akan melakukan pemesanan makanan dan minuman secara langsung di meja dan akan diantarkan langsung oleh pelayan ke mejanya.

b. *Assisted Service*

Jenis pelayanan ini membutuhkan peran seorang karyawan untuk menemani tamu ke *counter* yang dituju. Tamu akan langsung memesan makanan dan minuman yang diinginkan dan disajikan oleh pelayan counter di hadapan tamu tersebut.

c. *Self Service*

Jenis pelayanan ini tidak membutuhkan bantuan pelayan, karena pelanggan akan mengambil makanan dan minumannya sendiri di *counter*.

d. *Single Point Service*

Jenis pelayanan ini mengharuskan tamu untuk berjalan ke satu *counter* untuk memesan, membayar, dan mengambil langsung makanannya di tempat.

e. *Specialised Service*

Jenis pelayanan ini membutuhkan karyawan untuk mengantarkan makanan dan minuman tamu ke tempat yang telah dipesan. *Delivery service* termasuk ke dalam jenis pelayanan ini. Tamu dapat menelepon ke restoran untuk memesan makanan dan pesanan tersebut dan akan diantarkan ke alamat yang telah diberikan.

f. *Take Away Service*

Jenis pelayanan ini ditujukan kepada pelanggan yang sedang terburu-buru atau tidak ingin makan di tempat.

4. Jenis Menu

Menurut (Walker, 2017), menu merupakan aspek penting dalam menentukan kesuksesan sebuah restoran. Menu harus sesuai dengan konsep restoran sehingga dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Menurut Walker, menu terbagi menjadi enam tipe, yaitu:

a. *A la Carte*

Menu ini menawarkan pilihan menu satuan yang memiliki harga berbeda-beda. Menu ini memberikan peluang kepada pelanggan untuk memilih makanan yang sesuai dengan selera. Makanan baru akan dimasak ketika ada yang memesan, sehingga membutuhkan waktu yang sedikit lebih lama namun tetap *fresh*.

b. *Table d'hote*

Menu ini hanya menawarkan beberapa pilihan menu yang sudah disusun dalam bentuk paket atau satu set dengan harga tertentu, meskipun ada yang tidak dimakan. Makanan biasanya akan disiapkan sebelum tamu datang dan biasanya di pesan dari jauh hari sebelum hari kedatangan.

c. *Du Jour Menu*

Menu ini diambil dari bahasa Prancis yang memiliki arti "*menu of the day*". Menu ini cenderung memiliki harga yang lebih murah dari hidangan standar lainnya di menu. Sesuai namanya, menu ini akan berbeda atau berubah setiap hari sesuai dengan yang disajikan restoran pada hari tersebut. ".Biasanya hidangan yang disajikan adalah hidangan musiman dengan tujuan mencegah rasa bosan tamu.

d. *Cyclical Menu*

Menu ini merupakan menu yang disajikan ulang pada periode waktu tertentu atau menu yang mengalami perputaran sesuai

kebijakan yang ditentukan. Biasanya menu ini sering digunakan pada usaha catering. Dimensi Kualitas Pelayanan

5. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sebuah perusahaan untuk mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut (Kotler *et al.*, 2016, hal. 443), kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi SERVQUAL antara lain:

a. Bukti Langsung (*Tangible*)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dari penampilan fisik atau yang dapat dilihat secara langsung oleh pelanggan, seperti kebersihan penampilan karyawan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara tepat dan akurat.

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk membantu tamu dalam memberikan pelayanan yang cepat dan dengan penyampaian informasi yang jelas, serta adanya kemauan dan komitmen dalam membantu tamu.

d. Jaminan (*Assurance*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk dapat melahirkan kepercayaan didapatkan pelanggan dari perusahaan seperti

pengetahuan yang luas, komunikasi yang baik, hingga sikap kesopansantunan.

e. Perhatian (*Empathy*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian yang tulus dan dekat terhadap masing-masing individual atau pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

6. *Croissant*

Croissant merupakan jenis *pastry* yang biasa dinikmati sebagai pendamping untuk minuman kopi ataupun teh dan biasa disajikan di café. *Croissant* disusun dari adonan dasar tepung, telur, air, susu, garam, ragi, dan *roll-in fat (butter)*. Dalam pembuatan *croissant*, perlu diperhatikan metode melipat dan menggilas (menggiling). Pelipatan dan penggilasan (penggilingan) berulang-ulang menghasilkan laminasi-laminasi adonan dengan lapisan lemak di antaranya. Ada empat metode untuk melipat *pastry*, yaitu:

a. *English Method*

Dalam metode ini, adonan akan digiling berbentuk persegi panjang. 2/3 bagian dari adonan akan diisi lemak (*butter*). 1/3 bagian dari adonan akan membungkus lemak (*butter*) tersebut dan kemudian bagian ujung lainnya juga dilipat ke tengah hingga menutup lipatan pertama.

b. *French Method*

Dalam metode ini, adonan akan digiling berbentuk persegi. Bagian tengah dari adonan akan diisi lemak (*butter*) dan kemudian dibungkus dengan adonan.

c. *Scotch Method*

Dalam metode ini, lemak (*butter*) dimasukkan langsung ke dalam adonan. Dalam metode ini, tidak terbentuk lapisan lemak.

d. *Dutch Method*

Dalam pembuatan croissant, lemak dikombinasikan dengan terigu membentuk lapisan luar.

Setelah adonan dan lemak melalui proses lipatan dan gilasan bersama, dilakukan proses pelipatan kembali dengan teknik *single fold* yaitu dengan melipat 1/3 adonan ke tengah kemudian mengambil sisi lainnya dan dilipat ke atas lipatan pertama sehingga membentuk 3 lapisan atau dengan teknik *double fold* yaitu melipat 1/3 adonan ke tengah dan juga sisi satunya dengan mempertemukan kedua ujungnya kemudian lipatan adonan kembali sehingga membentuk 4 lapisan) dan digilas kembali. Proses ini dilakukan berulang sebanyak 2-3 kali untuk mendapatkan tekstur yang diinginkan.

7. Konsep Bisnis

J'aime Les Croissant Café merupakan bisnis makanan dan minuman yang dijalankan dalam bentuk kafe. Menu utama yang akan dijual oleh kafe ini adalah *croissant* yang dikombinasikan ke dalam berbagai jenis, seperti *croissant waffle*, *croissant doughnut*, *croissant cube*, *croissant*

muffin, croissant sandwich, croissant pizza dan *croissant cereal* dengan *croissant pizza* sebagai unggulan, karena di Jakarta sendiri baru hanya ada satu *outlet* bisnis di bidang makanan dan minuman yang menyajikan menu tersebut. Selain *croissant*, kafe juga menyediakan menu lainnya seperti *zuppa soup* serta *spaghetti aglio olio, bolognese, dan carbonara*. Jenis pelayanan dari restoran ini adalah *single point service* dimana tamu akan memesan, membayar, dan mengambil pesanan sendiri di *counter*. Namun disini pelayan akan tetap membantu pelayanan ke meja tamu jika diperlukan atau dalam kondisi tertentu. Selain itu, kafe juga menyediakan layanan *take away*, dimana hal tersebut sangat membantu bagi pelanggan yang sedang terburu-buru ataupun belum bisa langsung berkunjung ke *café* dan ingin memesan melalui aplikasi *online* terlebih di kondisi pandemik yang masih berlangsung. Bisnis *J'aime Les Croissant Café* akan dijalankan di daerah Tangerang, tepatnya di Ruko Food City, Green Lake City. *Café* akan buka setiap hari dari Senin - Minggu dengan jam operasional 10.00 - 22.00.

8. Desain Interior

Desain interior *café* ini memiliki konsep minimalis dipusatkan warna utama putih dan coklat. Warna putih disini menggambarkan kebersihan dan warna coklat adalah warna hangat yang dapat merangsang nafsu makan. Selain itu, warna coklat disini mempresentasikan warna dari produk utama yang akan dijual yaitu *croissant*.