

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Gagasan Awal**

Seiring dengan berkembangnya zaman, usaha atau bisnis yang bergerak di bidang industri F&B terutama cafe semakin berkembang pesat. Karena pada era sekarang, orang-orang menaikkan prestise atau harga diri dengan cara makan di cafe yang bergengsi bersama dengan teman sekelompoknya (Amirullah, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan orang pergi ke café tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologisnya untuk mendapatkan kenyamanan.

Di Indonesia, Bisnis Cafe saat ini khususnya dikota-kota besa semakin berkembang dengan pesat, banyak bermunculan wirausahawan yang membuka usaha coffee dengan berbagai konsep atau ide-ide yang dibuat untuk memikat pelanggan dari berbagai kalangan, selain itu beberapa lokasi dikota kecil bahkan juga banyak bermunculan cafe. Dengan berkembang pesatnya bisnis cafe diberbagai wilayah Indonesia, ketika banyak bermunculan cafe baru, ini akan mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. Cafe yang tidak kuat akan dengan mudah dikalahkan oleh pesaingnya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka memiliki banyak alternatif varian dan lebih selektif dalam memilih cafe yang akan dikunjungi. Ketika konsumen menganggap suatu café tidak memuaskan, maka cafe tersebut akan sangat mudah untuk ditinggalkan.

sudah sangat banyak didirikan karena café sendiri memiliki peran dalam menaikkan *image* kota (Haristianti, 2021). Dengan banyaknya jumlah café di Indonesia, menjadikan café sebuah gaya hidup bagi generasi muda (Safitri et al., 2019) sehingga kehadiran café dalam industri pariwisata menjadi sesuatu yang menyenangkan bagi generasi muda.

Perkembangan industri tentu berpengaruh pada perkembangan bisnis. Jika industri pariwisata meningkat, maka perkembangan bisnis juga akan meningkat. Di Pontianak, industri *food and beverage* memberikan kontribusi perkembangan bisnis yang meningkat setiap tahunnya yang mana kontribusi industri *food and beverage* di Pontianak memiliki persentase 12,7% pada tahun 2019 dan meningkat hingga 0,66% pada tahun 2020. Sehingga memperkuat alasan untuk membuat penulis mengembangkan bisnis *food and beverage* di Kota Pontianak.

**TABEL 1**  
Jumlah Penduduk Kota Pontianak Tahun 2021

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Pontianak Selatan	46.353	47.174	93.527
2	Pontianak Timur	53.956	53.319	107.275
3	Pontianak Barat	75.409	73.337	150.746
4	Pontianak Utara	73.655	71.867	145.522
5	Pontianak Kota	62.667	63.893	126.560
6	Pontianak Tenggara	24.380	24.717	49.097
Total		336.420	336.307	672.727

Sumber: Disdukcapil Kota Pontianak (2022)

Berdasarkan Tabel 1 di atas, jumlah penduduk di Pontianak berjumlah 672.727 pada tahun 2021. Sehingga ramainya penduduk di Kota Pontianak akan mempengaruhi perkembangan industri pariwisata di Pontianak khususnya pada bidang makanan dan minuman.

Beberapa tahun belakangan, pertumbuhan industri pariwisata di Pontianak ditandai dengan munculnya banyak café di Pontianak. Beberapa diantaranya sudah menyelipkan hiburan berupa *live music*. Adapun beberapa café yang menyediakan hiburan berupa live music diantaranya adalah café Tanggoe, Aming Coffee, The Roof Café Avara, dan sebagainya.

**GAMBAR 1**  
Live Music Tanggoe Kota Pontianak



Sumber: Instagram Tanggoe (2020)

**GAMBAR 2**  
Live Music Aming Coffee Pontianak Cabang Podomoro



Sumber: Instagram Aming Coffee Podomoro Pontianak (2021)

**GAMBAR 3**  
Live Music The Roof Café Avara Pontianak



Sumber: Instagram The Roof Café Avara (2022)

Berdasarkan tiga café di atas, yang mempopulerkan munculnya *live music* di Pontianak adalah Tanggooe café yang mana *live music* diadakan satu minggu sekali pada hari Jumat. Dilihat dari pengunjungnya yang ramai terutama pada hari Jumat yang mana diadakan hiburan *live music*, memicu café-café lain di Pontianak untuk juga membuka hiburan *live music*.

Sebagai warga asli Pontianak penulis mengobservasi perkembangan Kota Pontianak khususnya perkembangan pada industri pariwisata bidang *food and beverage*, Pontianak tergolong cepat berkembang dibanding beberapa tahun belakangan. Sebagai contohnya, Aming Coffe, sebelum bermunculan café baru yang memberikan hiburan *live music* seperti The Roof Café Avara, Kenzo Café, Tanggooe dan sebagainya, Aming Coffee hanya café yang menjual produk kopi dan tidak memiliki hiburan *live music*. Namun seiring

berkembangnya tren pada industri *food and beverage* membuat Aming Coffee juga menyadari dan menyediakan hiburan berupa *live music* bagi para pelanggannya.

Melihat perkembangan yang ada di Pontianak, maka penulispun melakukan survei pendahuluan dalam studi kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan target pasar. Survei pendahuluan dilakukan dengan membagikan kuesioner dengan target responden 30 untuk mendapatkan nilai dari *Nett Promoter Score* (NPS).

**TABEL 3**  
Hasil Survei Pendahuluan

Kuisisioner	Responden							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Saya tertarik dengan café yang memiliki hiburan live music	10	10	10	10	3	9	10	9
Saya tertarik dengan café yang memiliki design instagramable	9	10	10	5	3	9	8	9
Saya merekomendasikan café yang menarik dalam segi dekorasi, hiburan dan menu yang ditawarkan	9	10	10	10	5	10	8	9
Café yang memiliki hiburan live music menjadi trend masa kini dan menjadi tempat yang menarik untuk dijadikan tempat nongkrong	10	10	10	10	4	9	10	10

**TABEL 3**  
Hasil Survei Pendahuluan (Lanjutan)

Kuisisioner	Responden							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Apakah Anda setuju jika cafe dengan hiburan live music buka di Pontianak?	10	10	10	10	5	10	10	10
Apakah Anda setuju jika Born-Neo Cafe memiliki area indoor dan outdoor?	9	10	10	9	7	10	10	8

Sumber: Olahan data (2022)

**TABEL 3**  
Hasil Survei Penelitian (Lanjutan)

Responden														
9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
7	10	8	7	10	8	7	10	6	8	10	8	5	9	10
10	6	10	10	10	6	9	10	8	10	10	9	10	9	10
10	8	10	10	10	7	9	10	6	10	10	7	8	9	10
8	6	9	7	10	8	4	10	7	9	10	9	5	9	10
10	9	9	8	10	8	4	10	7	10	10	9	4	10	10
10	10	9	9	10	7	8	10	8	10	10	10	9	8	10

Sumber: Olahan data (2022)

**TABEL 3**  
Hasil Survei Penelitian (Lanjutan)

Responden							Mean
24	25	26	27	28	29	30	
8	9	10	10	3	9	10	8,4
9	8	10	9	7	9	10	8,7
8	9	10	10	7	9	10	8,9
6	8	10	10	2	9	10	8,3
8	8	10	10	7	9	10	8,8
10	10	10	10	9	10	10	9,3

Sumber: Olahan data (2022)

Berdasarkan survei yang telah dilakukan kepada 30 responden, maka didapatkan rerata pada setiap pertanyaan yang mana rerata tersebut dapat dijadikan indikator penilaian ketertarikan Born-Neo Café Pontianak. Pada pertanyaan mengenai ketertarikan akan café yang memiliki hiburan *live music* mendapatkan rerata 8,4. Pada pertanyaan mengenai ketertarikan responden terhadap café yang memiliki desain *instagrammable* mendapatkan rerata 8,7. Pada pertanyaan apakah responden akan merekomendasikan café yang menarik dari segi dekorasi, hiburan dan menu yang ditawarkan mendapatkan rerata 8,9. Pada pertanyaan café yang memiliki hiburan *live music* merupakan tren masa kini dan menarik untuk dijadikan tempat berkumpul mendapat rerata 8,3. Kemudian pada pertanyaan apakah responden setuju jika café yang memiliki hiburan *live music* buka di Pontianak mendapatkan rerata 8,8 dan nilai rerata pada pertanyaan apakah responden setuju jika Born-Neo Café Pontianak memiliki area *indoor* dan *outdoor* mendapatkan rerata 9,3.

Berdasarkan rerata yang dicapai oleh Born-Neo Café Pontianak, pada pertanyaan 1 (satu) sampai 5 (lima) mendapatkan responden dengan kategori *passive* dan pada pertanyaan keenam, responden yang di dapat oleh Born-Neo Café adalah responden dengan kategori promotor. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden yang mengisi survey pendahuluan Born-Neo Café dapat menerima konsep café yang dirancang oleh Born-Neo café dan sangat menyukai café yang memiliki area *outdoor* dan *indoor*.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Terdapat dua tujuan dari studi kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak, yaitu tujuan minor dan tujuan mayor dengan penjabaran sebagai berikut:

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

#### **a. Aspek Pasar dan Pemasaran**

Aspek pasar dan pemasaran menganalisis potensi pasar, intensitas persaingan dan strategi pemasaran yang digunakan (Annisa, 2021) dengan tujuan untuk mengetahui kondisi pasar untuk kelancaran Born-Neo Café Pontianak. Pada aspek pasar dan pemasaran penulis juga bertujuan untuk menganalisis kendala-kendala yang akan dihadapi oleh Born-Neo Café Pontianak dan cara menghadapi kendala-kendala tersebut dengan keunggulan yang dimiliki oleh Halcyon Café Pontianak.

#### **b. Aspek Operasional**

- 1) Menganalisis jenis hiburan yang ditawarkan oleh Born-Neo Café Pontianak.



- 2) Menganalisis jenis *service* yang diberikan oleh Born-Neo Café Pontianak.
  - 3) Menganalisis peralatan operasional yang digunakan oleh Born-Neo Café Pontianak.
  - 4) Melakukan penyusunan konsep, visi dan misi serta produk yang ditawarkan oleh Born-Neo Café Pontianak.
  - 5) Menentukan tata letak atau *lay out* Born-Neo Café Pontianak.
- c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Manajemen sumber daya manusia merupakan efektivitas yang dilaksanakan secara efektif agar dapat mencapai suatu tujuan (Ichsan et al., 2021). Adapun tujuan aspek organisasi dan sumber daya manusia dari Born-Neo Café Pontianak adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan struktur organisasi Born-Neo Café Pontianak.
  - 2) Menentukan kriteria sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh Born-Neo Café Pontianak.
  - 3) Menganalisis system rekrutmen karyawan Born-Neo Café Pontianak.
  - 4) Menganalisis jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh Born-Neo Café Pontianak.
  - 5) Menganalisis program pelatihan dan pengembangan yang diberikan untuk karyawan Born-Neo Café Pontianak.
- d. Aspek Keuangan
- 1) Menganalisis biaya investasi Born-NeoCafé Pontianak.
  - 2) Menganalisis biaya operasional Born-Neo Café Pontianak.

3) Menganalisis *statement income* dari Born-Neo Café Pontianak.

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

- a. Menganalisis kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak.
- b. Membangun usaha dan mencari keuntungan dari bisnis yang dibuat.
- c. Membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat.
- d. Menjadikan Born-Neo Café Pontianak sebagai tempat yang menarik bagi para turis domestic dan mancanegara karena keunikan dari konsep Born-Neo Café Pontianak.

## C. Metodologi

### 1. Jenis Penelitian

Terdapat 2 metode penelitian, yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif

- a. Penelitian Kualitatif, merupakan penelitian dengan melakukan pendekatan terhadap individual atau kelompok terhadap gejala social. Metode penelitian kualitatif memiliki analisis data yang induktif, yaitu membahas topik secara khusus ke umum Creswell (2018)
- b. Penelitian Kuantitatif, merupakan penelitian dengan melakukan pendekatan secara objektif dengan menghubungkan beberapa variable yang dapat diukur dengan angka dan dianalisis dengan statistika Creswell (2018).

Studi kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dan mengolah data responden dari kuesioner yang disebar secara *online*

untuk mengetahui respon pasar terhadap bauran pemasaran bisnis Born-Neo Café Pontianak.

## 2. Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang valid, maka dalam studi kelayakjan bisnis Born-Neo Café Pontianak penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder, diantaranya adalah:

### a. Data Primer

Data primer data yang dikumpulkan sendiri oleh organisasi atau perorangan yang melakukan sebuah penelitian, Adapun data primer yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak adalah

#### 1) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan kepada responden yang dijadikan target dalam sebuah penelitian (Karim, 2022).

#### 2) Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek penelitian. Misalnya melakukan observasi ke orang-orang tertentu atau lokasi yang menjadi target penelitian (Karim, 2022).

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan mengolah data mentah dan ringkasan yang telah dipublikasi . Adapun data sekunder yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Born-Neo Café adalah:

1) Studi Literatur

Teori yang yang diperoleh dari buku, jurnal dan hasil penelitian jurnal yang berkaitan pariwisata dan industri *food and beverage* khususnya yang berkaitan dengan studi kelayakan bisnis ini.

2) Data Publikasi Pemerintah

Data publikasi pemerintah berupa data statistik jumlah penduduk dan perkembangan kota Pontianak.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dan lokasi penelitian akan dilakukan pada bulan September hingga Oktober, berlokasi di Pontianak dan orang luar Pontianak yang senang berlibur ke Pontianak.

4. Target Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel adalah kelompok oyang memiliki bentuk atau karakter tertentu yang sengaja diambil untuk mendapatkan data dalam penelitian (Nurrahmah, 2021). Adapun target populasi dari studi kelayakan bisnis ini adalah kalangan muda yang senang menghabiskan waktunya ke café untuk melakukan pekerjaan atau sekedar bersantai menghibur diri di daerah Pontianak dan sekitarnya.

a. Menentukan Populasi

Menentukan populasi sebuah penelitian harus berdasarkan target penelitian yang dibuat baik dari segi budaya maupun tempat.

Sehingga dalam studi kelayakan bisnis ini, Born-Neo Café Pontianak menentukan target populasinya adalah masyarakat Kalimantan Barat khususnya daerah Pontianak dan sekitarnya.

b. Menentukan Kerangka Sampel

Kerangka sampel merupakan populasi yang dijadikan dasar penarikan sampel. Kerangka sampel yang digunakan oleh Born-Neo Café Pontianak adalah orang-orang yang gemar pergi ke café dari umur 15 tahun – 35 tahun baik laki-laki maupun perempuan.

c. Menentukan Desain Sampel

Pengambilan sampling dibedakan menjadi *non-probability* dan *probability* sampling. Peneliti akan menggunakan jenis *Non-probability* Sampling, teknik pengambilan sampling yang berfokus pada sampel kecil dan praktis. Adapun contohh dari *non-probability* sampling adalah:

a) *Quota* Sampling

Teknik pengambilan sampling dengan partisipan yang dipilih berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan sehingga total sampel akan sama dengan distribusi karakteristik dengan populasi yang lebih luas.

b) *Snowball* Sampling

Dikenal dengan teknik pengambilan sampel “bola salju” adalah Teknik pengambilan sampel yang dilakukan ketika sulit untuk mengidentifikasi anggota populasi yang diinginkan. (Saunders et al., n.d.)

c) *Convenience* Sampling

*Convenience* sampling adalah teknik pengambilan sampling yang paling sering digunakan karena tekniknya yang mudah dibanding teknik yang lain hal itu dikarenakan tekniknya paling murah, dan tidak memakan banyak waktu. (Firmansyah & Dede, 2022). Teknik *convenience* sampling berfokus pada pengambilan sampel yang tersedia dan yang mudah didapatkan.

Dalam studi kelayakan bisnis Born-Neo Café Pontianak, penulis menggunakan teknik *convenience* sampling dengan menyebarkan kuesioner online di daerah Pontianak sehingga dapat mengurangi biaya dan waktu yang dikeluarkan dalam penelitian.

d. Menentukan Sampel Size

Untuk menentukan ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Krejcie & Morgan (1970) dengan melakukan perhitungan sebagai berikut:

**TABEL 4**  
Jumlah Penduduk Kota Pontianak Tahun 2021

No	Kecamatan	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Pontianak Selatan	46.353	47.174	93.527
2	Pontianak Timur	53.956	53.319	107.275
3	Pontianak Barat	75.409	73.337	150.746
4	Pontianak Utara	73.655	71.867	145.522
5	Pontianak Kota	62.667	63.893	126.560
6	Pontianak Tenggara	24.380	24.717	49.097
Total		336.420	336.307	672.727

Sumber: Disdukcapil Kota Pontianak (2022)

$$S = X^2 \cdot N \cdot P (1-P) / (N-1) \cdot d^2 + X^2 \cdot P (1 - P)$$

$$S = 3.841 \times N \times 0.5 (1-0.5) / (N-1)0,05^2 + 3.841 \times 0.5 (0.5)$$

$$S = 3.841 \times N \times 0.5 (0.25) / (N-1) 0.0025 + 3.841 (0.25)$$

$$S = 3.841 \times 672.727 \times (0.25) / (672.727) 0.0025 + 3.841 (0.25)$$

$$S = 645.986,10175 / 1.681,8175 + 0,96025$$

$$S = 645.986,10175 / 1.682,7775$$

$$S = 383,88 = 384$$

Keterangan:

s = ukuran sampel

N = ukuran populasi

$X^2$  = nilai chi kuadrat (3,841)

P = Proporsi populasi

d = galat perdugaan (0,5)

e. Eksekusi Proses Sampel

Dalam eksekusi proses sampel, Born-Neo Café Pontianak menggunakan skala likert sebagai alat ukur dengan skala likert penilaian 1 (sangat tidak setuju) – 6 (sangat setuju) agar dapat menghasilkan pengukuran yang lebih presisi.

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

Berikut adalah tinjauan konseptual mengenai Born-Neo Café Pontianak:

##### *1. Food and Beverage*

Industri *food and beverage* mempunyai daya tarik yang sangat kuat karena market di Indonesia yang sangat besar. Alasan inilah yang membuka peluang usaha *Food and Beverage* sangat menjanjikan jika

dikelola secara baik dan benar. Sektor *Industri Food and Beverage* masih terus mendominasi. Dilihat dari semakin maraknya kemitraan yang bermunculan dari sektor *Food and Beverage*, baik kuliner baru atau lama yang mengeluarkan produk baru. Hal ini berarti bisnis kuliner masih menduduki peringkat atas, dan masih mendapat respon positif dari masyarakat. COVID-19 berdampak pada semua sektor industri di Indonesia, begitu juga dengan sektor *Food and Beverage*. Pemanfaatan teknologi menjadi solusi tepat bagi pelaku bisnis *food and beverage* agar bisa tetap bertahan di tengah pandemi ini. merupakan industri yang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Industri ini juga berhubungan mengolah, memproduksi dan menyajikan makanan dan minuman untuk keperluan hotel, baik dalam kamar, restaurant, makanan karyawan dan sebagainya Hal ini dikarenakan industri *food and beverage* menyediakan kebutuhan primer manusia (Firda et al., 2021).

## 2. Bar

Bar berasal dari kata *barrier* yang memiliki arti penghalang. Meja bar yang disebut *counter* merupakan penghalang yang membatasi area kerja bartender dengan tamu (Rahmawaty, 2019). (Rahmawaty, 2019). Bar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *public bar*, merupakan bar yang memperbolehkan siapa saja untuk masuk. *Service Bar*, bar yang dibuka hanya untuk tamu hotel.

Berdasarkan tipenya, bar dibedakan lagi menjadi (Rahmawaty, 2019):

### a. *Night club*



Bar yang dijalankan secara komersil dengan menjual makanan dan minuman beralkohol.

*b. Discotheque Bar*

Bar yang menyediakan minuman beralkohol dengan fasilitas *dancing stage* dan menghadirkan *discjockey* (dj) dengan memutar lagu EDM.

*Main Bar*

Bar dengan ruangan tertutup yang mana *server* dari bar tersebut adalah bantendernya sendiri.

Sejarah Café

Café berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi. Café ditemukan pertama di Turki tepatnya di Kota Konstantinopel Ibu Kota Kerajaan Ottoman pada tahun 1555 yang kemudian pada tahun 1669 Sultan Muhammed bekunjung ke Paris dengan membawa pulang berkarung-karung biji kopi sehingga menjadi cikal bakal berkembangnya café di Eropa.

Di Indonesiam awal perkembangan café terinspirasi dari serial film *FRIENDS* pada tahun 1990-an dengan adegan orang yang sedang melakukan pertemuan di café. Sehingga dari saat itu, di Indonesia terdapat café untuk dijadikan tempat untuk berkumpul dengan teman atau keluarga. Namun seiring berjalannya waktu, café tidak hanya sekedar menjual kopi saja, tetapi juga menjual berbagai minuman dan beberapa makanan.

Terdapat beberapa klasifikasi café berdasarkan cara penyajiannya, diantaranya adalah:

- a. *Self-Service*: merupakan café yang membiarkan pelanggan untuk melayani dirinya sendiri.
- b. *Waiter/Waitres Service to Table*: seorang pelayan akan datang ke meja pelanggan untuk melayani kebutuhan pelanggan tersebut.
- c. *Counter Service*: pelanggan langsung menuju *counter* untuk melakukan transaksi.

#### 4. Jenis Pelayanan Café

Born-Neo Café Pontianak merupakan café yang cara penyajiannya adalah "*Waiter/Waitress Service to Table*". Hal ini berarti, aka nada *hostess* yang meng-*escort* pelanggan menuju meja kemudian *customer* akan dilayani oleh *server in-charge*. Dalam hal ini Holcyon Café mengutamakan kepuasan *customer* melalui *service* atau jasa yang diberikan sehingga terdapat beberapa *standard operating procedure* dalam melayani *customer*, yaitu:

- a. *Hostess* menerima *bookingan customer* baik melalui telepon maupun *walk-in* dengan menanyakan data *customer* berupa nama, nomor telephone, tanggal pemesanan, jumlah pax, *special occasion* yang mungkin akan dirayakan di Born-Neo Café Pontianak.
- b. Setelah *customer* café selesai melakukan proses *booking* tempat, *hostess* bertugas untuk *escort customer* ke meja yang telah dipesan.
- c. Sesampai di meja, *server in-charge* akan melakukan proses *taking order* dan *server* lainnya menuangkan air putih sebagai *welcome drink* kepada pelanggan.

- d. *Server in-charge* mengulangi orderan yang telah dipesan oleh *customer (repeat order)* dan mengucapkan terima kasih.

Dari beberapa *standard operating procedure (sop)* di atas, dapat disimpulkan bahwa *service* yang ditawarkan Born-Neo Café Pontianak seperti berada di hotel bintang lima. Hal ini dilakukan agar *customer* Born-Neo Café Pontianak merasakan *service* yang memuaskan sehingga ada rasa ingin kembali terus ke Born-Neo Café Pontianak. Selain itu, dalam *standard operating procedure* Born-Neo Café Pontianak, para staf ditegaskan untuk mampu menghafal nama *customer* yang datang sehingga dalam melayani *customer* ada kedekatan kepada *customer* yang diharapkan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

## 5. Menu

Menu merupakan hal yang paling penting dalam menjalankan bisnis *food and beverage*. Menu berasal dari bahasa Perancis, *minute* yang memiliki arti makanan yang disajikan kepada tamu dengan waktu yang singkat (Kade). Terdapat beberapa jenis menu, yaitu:

- a. *A la Carte*

Susunan menu yang terdapat cantuman harga. Bersalah dari bahasa Perancis yang bnerarti “berdasarkan kartu”

- b. *Table d’hote (Set Menu)*

Menu yang memiliki dua sampai empat course makanan dalam satu set menu.

- c. *American plan table d’hote menu*

Daftar makanan yang sudah termasuk dengan harga kamar dalam industri perhotelan. Biasanya menu ini disajikan dalam bentuk *buffet* atau *set menu*.

d. *Carte Du Jour Menu*

Kombinasi menu *ala xarte* dengan *table d'hote menu*. Menu ini hanya disajikan khusus untuk makanan utama untuk menghindari kebosanan dari tamu.

e. *Special Party Menu*

Menu yang digunakan dalam sebuah acara atau pesta tertentu.

6. Konsep Bisnis

Born-Neo Café Pontianak mengusung nama dari kata Borneo yang berarti Pulau Borneo (Kalimantan). Café Born-Neo ingin menonjolkan seni 3 (tiga) etnis yang ada di Pontianak, Kalimantan Barat yaitu etnis Dayak, Melayu dan Cina yang dikemas secara modern.

Born-Neo Café Pontianak merupakan café bar yang memiliki hiburan live music setiap harinya pada jam 20.00-23.00 dengan *tagline* “*SING A SONG BORNEAN*” yang memiliki arti mengajak para pengunjung yang datang yang Born-Neo Café untuk bernyanyi bersama.

Layanan yang diberikan Born-Neo Café Bali juga merupakan layanan hotel bintang lima, yang mana penulis mengharapkan *customer* yang datang ke Born-Neo Café Pontianak merasakan kepuasan akan *service* yang diberikan.