

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang diprioritaskan oleh pemerintah karena dinilai mampu menjadi faktor pendorong perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang devisa nasional terbesar ketiga setelah ekspor minyak kelapa sawit dan batubara. Sehingga pemerintah pun terus mengembangkan pengelolaan sektor pariwisata untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia (Elistia, 2021).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Pasal 1, industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Usaha pariwisata terdiri atas daya tarik wisata, jasa transportasi dan perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, dan spa (Pemerintah Indonesia, 2009).

Dalam industri pariwisata, terdapat salah satu komponen industri yang cukup berpengaruh yaitu jasa penyediaan makanan dan minuman. Salah satu jenis usaha di bidang tersebut adalah *café*. *Café* atau *coffee shop* memiliki arti sebuah tempat untuk bersantai dan menikmati minuman kopi. Namun seiring

berkembangnya zaman, *café* saat ini tidak sekedar menjadi tempat penyedia minuman kopi, tetapi juga menjadi tren gaya hidup remaja.

Menurut Nurikhsan et al. (2019), terdapat beberapa motivasi yang mendorong para remaja untuk pergi ke *café*. Selain untuk bersantai dan mengobrol dengan teman-teman, adanya *wifi* menjadikan *café* sebagai tempat yang disukai oleh para remaja yang ingin mendapatkan internet gratis untuk mengerjakan tugas ataupun hal lainnya. Suasana dan konsep *café* yang menarik juga menjadi alasan mengapa *café* banyak dikunjungi oleh para remaja. Banyaknya kenyamanan yang ditawarkan di sebuah *café* semakin mendorong banyak orang untuk berkunjung ke *café*. Hal tersebut dapat menyebabkan kegiatan minum kopi menjadi sebuah gaya hidup yang baru. Para remaja tidak lagi mengunjungi *café* untuk sekedar minum kopi, tetapi juga untuk meningkatkan gengsi.

Di zaman sekarang, anak-anak muda gemar sekali berfoto dan membagikannya di media sosial. Tidak jarang juga foto-foto yang berada di media sosial menunjukkan keberadaan di sebuah restoran maupun *café*. Konsep desain *café* yang menarik dijadikan momen bagi pengunjung terutama kaum milenial untuk berfoto. Desain *café* sebagai *background* juga menjadikan foto yang diambil tampak lebih menarik (Putra, 2018).

Selain menjual rasa dari makanan dan minuman yang dijual, *café* juga menjual visual dengan memanfaatkan konsep interior tertentu. Salah satunya adalah konsep *minimalist café*. Terbatasnya lahan dan harga yang cukup tinggi di perkotaan menjadi salah satu tantangan dalam membuka bisnis *café*. Tantangan tersebut dikarenakan *café* perlu mendatangkan sebanyak mungkin

pengunjung tetapi dengan kapasitas *café* yang terbatas. Konsep *minimalist café* menjadi solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Desain *café* yang *minimalist* mengedepankan fungsi ruang dan mengeliminasi elemen-elemen yang dianggap tidak penting. Sehingga dengan mengaplikasikan konsep ini, ruang-ruang *café* dapat lebih dimaksimalkan. Hasilnya, ruangan *café* akan terlihat lebih nyaman, fungsional, dan modern (Rumah.com, 2019).

Selain berfoto di lokasi *café*, orang-orang juga suka mengambil foto makanan sebelum memakannya. Terutama jika makanan yang dipesan memiliki tampilan yang menarik. Menurut Coary & Poor (2016), mengambil foto makanan sebelum dikonsumsi telah menjadi kebiasaan di masyarakat yang berdampak positif dalam mengevaluasi rasa serta memberikan pengalaman makan yang menyenangkan meskipun makanan yang disantap pun kurang nikmat. Menurut Suhaeb & Kahfi (2016), fenomena *foodstagramming* mulai muncul beberapa tahun belakangan ini, yaitu dimana seseorang mengunggah foto makanan ke media sosial terlebih dahulu sebelum memakannya. Tren ini menunjukkan bahwa penampilan dan penyajian makanan lebih diutamakan dibanding rasa dari makanan itu sendiri. Hal ini dikarenakan kunci dari *foodstagramming* itu sendiri adalah mengunggah foto makanan yang diambil semenarik mungkin ke media sosial. Media sosial membuat orang-orang yang dulunya makan hanya sekedar makan, menjadi berpikir apa yang dimakan menunjukkan siapa diri mereka.

Selain menu kopi, biasanya *café* juga menyediakan menu makanan seperti camilan dan *dessert*. Dilansir dari NESCAFE Dolce Gusto (2022), terdapat beberapa makanan yang tepat untuk dinikmati bersama minuman kopi,

salah satunya adalah *cake*. *Cake* hadir dalam berbagai jenis dan varian rasa untuk dipadukan dengan kopi. Selain itu, kopi yang diminum juga sebaiknya tidak terlalu manis untuk menyeimbangkan rasa manis dari *cake*. Coffeeland Indonesia juga memaparkan bahwa *sponge cake*, *fruit cake*, dan *chocolate cake* yang lembut sangat enak untuk dinikmati bersama secangkir kopi. *Cake* sangat cocok dinikmati pada siang atau sore hari untuk melepas rasa lelah di tengah rutinitas pekerjaan (Coffeeland Indonesia, 2022).

Cake atau kue dapat diartikan sebagai sebuah makanan manis yang terbuat dari campuran tepung, telur, lemak, dan gula (Cambridge Dictionary, 2022). Menurut Gisslen (2021), *cake* termasuk dalam kategori *dessert*. *Dessert* atau makanan penutup memiliki arti, sebuah makanan manis yang dimakan di akhir hidangan (Cambridge, 2022). Kata *dessert* berasal dari kata *desservir*, yaitu sebuah istilah Perancis yang berarti *to remove that which has been served*. Dengan kata lain, *dessert* merupakan hidangan yang disajikan kepada tamu setelah seluruh hidangan selesai dan segala hal yang ada diatas meja diangkat (Migoya, 2012).

TABEL 1
10 Besar Tingkat Partisipasi Konsumsi menurut Komoditas Makanan Jenis Makanan dan Minuman Jadi Tahun 2021

No.	Komoditas Makanan	Persentase (%)
1	Makanan gorengan (tahu, tempe, bakwan, pisang)	75,31
2	Mie bakso, mie rebus, mie goreng	65,48
3	Roti manis, roti lainnya	61,21
4	Makanan ringan anak-anak, krupuk/kripik	57,30
5	Kue basah (kue lapis, bika ambon, lemper, dsb)	57,17
6	Minuman jadi (kopi, kopi susu, teh, susu coklat)	54,03
7	Air kemasan, gallon	43,22
8	Nasi campur/rames	42,56
9	Kue kering, biskuit, semprong	41,89
10	Siomay, batagor	37,10

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022b)

Tabel 1 menunjukkan 10 besar tingkat partisipasi konsumsi menurut komoditas makanan jenis makanan dan minuman jadi. Dapat dilihat pada tabel bahwa *cake* atau kue basah menempati posisi ke-5 dalam 10 besar tingkat konsumsi jenis makanan dan minuman jadi. Selain itu, kue kering juga berada pada posisi ke-9. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cukup sering mengonsumsi *cake* dan *cookies*.

Meskipun bukan bagian dari makanan pokok orang Indonesia, *Cake* atau kue merupakan makanan yang cukup sering ditemukan di Indonesia. *Cake* dapat ditemui sebagai camilan di pagi hari sampai makanan yang disuguhkan di berbagai acara seperti ulang tahun, pesta, acara keluarga, *meeting* kantor, dan berbagai perayaan lainnya. *Cake* dapat dinikmati oleh semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga usia dewasa (Kontan.co.id, 2020). Selain *cake*, produk camilan lainnya yang populer di Indonesia adalah *cookies*. *Cookies* atau kue kering memiliki arti "*small cake*", yang artinya kue kecil. *Cookies* terbuat dari tepung dan gula dan dapat memiliki bentuk, ukuran, rasa, dan tekstur yang bermacam-macam. Tekstur *cookies* cukup beragam, mulai dari yang renyah, lembut, hingga kenyal.

Strawberry dan *blueberry* merupakan buah yang sering digunakan dalam pembuatan *dessert* seperti *cake*, *pie*, *pudding*, *ice cream*, dan masih banyak lagi. Rasa *strawberry* dan *blueberry* yang asam menjadi daya tarik bagi kedua buah tersebut, ditambah keduanya memiliki warna yang cantik sehingga olahan makanan dan minuman dari kedua buah ini sangat disukai oleh banyak orang. Namun, meski memiliki unsur kata "*berry*", *strawberry* sendiri sebenarnya tidak termasuk dalam golongan buah *berry*. Dalam kehidupan sehari-hari dan

dunia kuliner, *berry* dikenal sebagai buah yang memiliki bentuk kecil dan bulat. Tetapi dalam ilmu botani, *berry* memiliki definisi yaitu buah sederhana atau buah yang memiliki daging buah yang menutupi biji serta berkembang dari satu ovarium, dan biasanya memiliki banyak biji (Britannica, 2022).

Strawberry seringkali disalahartikan sebagai buah yang termasuk dalam kategori buah *berry* sejati. Padahal, *strawberry* termasuk dalam golongan buah agregat, begitu juga dengan *raspberry* dan *blackberry*. Hal tersebut dikarenakan ketiganya memiliki bunga dengan lebih dari satu ovarium. Sedangkan, agar dapat dikategorikan dalam golongan buah *berry* sejati, buah harus berkembang dari satu bunga yang mempunyai satu ovarium (Geggel, 2021). Begitu juga dengan buah *blueberry* yang sering disebut sebagai buah *berry* dalam kuliner, tetapi tidak memenuhi karakteristik buah *berry* sejati secara botani. Berikut adalah contoh-contoh buah *berry* sejati dalam botani yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari yaitu, tomat, terong, jambu, paprika, delima, alpukat, kiwi, dan anggur (New World Encyclopedia, 2008).

Selain *berry* sejati, terdapat jenis buah *berry* yang disebut dengan *modified berry* atau buah yang memiliki kemiripan dengan buah *berry* sejati yaitu *pepoes* dan *hesperidium*. *Pepoes* merupakan buah dengan karakteristik kulit yang keras, biji berbentuk pipih berjumlah banyak, dan bagian *pericarp* yang menjadi daging buahnya. Contoh dari buah *pepo* adalah buah-buahan yang berasal dari famili *Cucurbitaceae* yaitu, timun, semangka, dan labu. *Hesperidium* merupakan buah *berry* yang daging internalnya dibagi menjadi beberapa segmen (biasanya 10 sampai 16 segmen) serta dikeliling oleh kulit yang terpisah. Contoh dari buah *hesperidium* adalah buah-buahan yang termasuk

dalam genus *citrus* (*Rutaceae*) seperti jeruk dan lemon (New World Encyclopedia, 2008).

TABEL 2

Produk Domestik Regional Bruto Jakarta Selatan Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (Miliar Rupiah), 2017-2021

2017	2018	2019	2020	2021
16.276,0	17.170,0	18.332,4	15.269,8	16.640,3

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan, 2022)

Menurut Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan (2022), Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga konstan digunakan untuk menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi setiap lapangan usaha dari tahun ke tahun. Berdasarkan tabel di atas, PDRB Jakarta Selatan menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum mengalami peningkatan pada tahun 2017-2019. Namun, dikarenakan adanya pandemi COVID-19, PDRB mengalami penurunan menjadi 15.269,8 Miliar Rupiah di tahun 2020. Kemudian, pada tahun 2021 PDRB kembali mengalami peningkatan menjadi 16.640,3 Miliar Rupiah. Hal ini menunjukkan adanya peluang apabila membuka bisnis di bidang usaha makanan dan minuman di Jakarta Selatan.

TABEL 3
 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Jakarta Selatan Tahun 2021

Kecamatan	Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan (Jiwa)		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Jagakarsa	185.068	184.144	369.212
Pasar Minggu	167.427	166.577	334.004
Cilandak	112.575	114.981	227.556
Pesanggrahan	133.403	133.906	267.309
Kebayoran Baru	77.402	78.898	156.300
Kebayoran Lama	165.655	165.260	330.915
Mampang Prapatan	80.082	78.730	158.812
Pancoran	88.672	88.830	177.502
Tebet	119.694	121.320	241.014
Setia Budi	58.492	58.567	117.059
Jakarta Selatan	1.188.470	1.191.213	2.379.683

Sumber: (Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan, 2022)

Kecamatan Kebayoran Baru akan dipilih sebagai lokasi didirikannya bisnis, tepatnya di kawasan Senopati, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Tabel 3 menunjukkan jumlah penduduk di kawasan tersebut yaitu sebanyak 156.300 jiwa. Target pelanggan akan ditujukan pada penduduk di kecamatan tersebut, daerah sekitarnya, dan penduduk di luar DKI Jakarta. Senopati dikenal oleh masyarakat Jakarta sebagai kawasan yang dipenuhi dengan tempat nongkrong kekinian. Senopati merupakan sebuah kawasan di Jakarta Selatan. Kawasan Senopati memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan Blok M dan Senayan. Menjadi kawasan yang strategis, Senopati memiliki banyak tempat nongkrong yang dapat dikunjungi. Tidak hanya anak muda atau remaja, pekerja kantoran yang bersantai setelah bekerja juga mampir untuk nongkrong di Senopati (Merna, 2022).

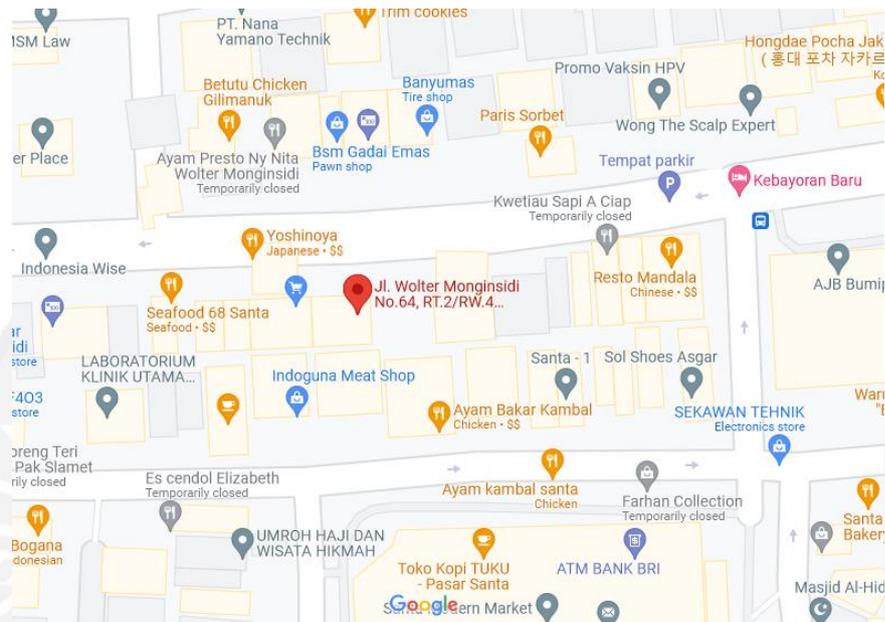
Melihat data dan tren di atas, muncul pertimbangan untuk membuka bisnis *bakery café* dengan konsep *minimalist café* yang akan menjual *slice cake* dengan berbagai varian rasa dengan nama Berry Dessert House di Senopati, Jakarta Selatan. Nama Berry Dessert House terinspirasi dari buah *strawberry* dan *blueberry* yang identik dengan *cake*, serta sering dijadikan pemanis sebagai *topping* di sebuah *cake*. Sehingga karena alasan tersebut, *strawberry cake* dan *blueberry cake* yang dijual di Berry Dessert House akan menjadi *signature product* bagi Berry Dessert House. Selain itu, melihat adanya tren *foodstagramming*, Berry Dessert House akan menginovasikan *cake* yang dijual dengan tampilan yang *aesthetic* dan *modern* untuk menarik minat pengunjung. Selain *dessert*, Berry Dessert House juga akan menyediakan aneka menu minuman *coffee* dan *non-coffee* sebagai pelengkap untuk menu makanan yang manis.

Berry Dessert House akan membawakan konsep *Scandinavian minimalist*, dimana interior dan eksterior *café* banyak menggunakan warna netral dan *soft* yang bertujuan untuk memberikan suasana tenang dan nyaman, serta *furniture* yang terbuat dari kayu untuk memberikan kesan alami pada *café*. Penggunaan jendela kaca berukuran besar juga akan ditambahkan untuk memberikan pencahayaan alami serta memperlihatkan suasana di dalam *café* dan menarik perhatian orang untuk berkunjung. Agar suasana *café* lebih hidup, tanaman akan ditambahkan sebagai dekorasi. Musik *instrumental* dan *pop* akan menjadi pilihan musik yang diputarkan di Berry Dessert House agar tamu merasa tenang dan rileks. Interior yang *minimalist* tidak hanya bertujuan untuk memberikan suasana tenang dan nyaman, tetapi juga menjadi daya tarik dari

Berry Dessert House sendiri. Selain itu, interior *café* yang *minimalist* juga dapat menjadi spot foto yang *instagrammable* bagi para pecinta kuliner yang hobi berfoto untuk diabadikan dan dibagikan di media sosial.

GAMBAR 1

Lokasi Jalan Wolter Monginsidi No. 64, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan



Sumber: Google Maps (2022)

Berry Dessert House akan berlokasi di Jalan Wolter Monginsidi No.64, Petogogan, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12170. Lokasi ini dipilih karena kawasan Jalan Wolter Monginsidi dikenal sebagai kawasan kuliner dan tempat hiburan yang ramai dikunjungi. Lokasi ini juga dekat dengan pusat bisnis dan perkantoran. Sehingga lokasi ini merupakan lokasi yang strategis dan sesuai dengan demografi konsumen yang menjadi target pasar.

Berdasarkan gambar di atas, di sekeliling Jalan Wolter Monginsidi terdapat berbagai fasilitas umum seperti bank, supermarket, pasar modern, bengkel, klinik, pertokoan, hotel, rumah sakit, pusat perbelanjaan, dan

perkantoran. Karena letaknya yang strategis dan ramai dikunjungi, pelanggan dapat dengan mudah menemukan lokasi Berry Dessert House. Selain itu, lokasi yang strategis juga berpotensi menjangkau pelanggan baru dikarenakan kawasan yang selalu ramai dan dilewati banyak kendaraan.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis layak atau tidaknya Berry Dessert House dijalankan yang ditinjau dari berbagai macam aspek. Adapun tujuan studi kelayakan terbagi menjadi dua yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub-tujuan (*minor-objectives*), yaitu:

1. Tujuan utama dari Studi Kelayakan Bisnis Berry Dessert House yang dilihat dari aspek pemasaran, operasional, organisasi, SDM, dan keuangan adalah sebagai berikut:

a. Aspek Pemasaran

Menganalisis segmentasi pasar, kondisi pasar, spesifikasi dan diferensiasi produk, kompetitor, strategi promosi, dan pengaruh positif bagi konsumen.

b. Aspek Operasional

Menganalisis penentuan lokasi, tata letak (*layout*), perencanaan kuantitas dan kualitas bahan baku, perencanaan dan perawatan peralatan, serta pemilihan teknologi dan proses produksi.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis fungsi setiap departemen, kapasitas dan produktivitas sumber daya manusia, rekrutmen, pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, serta tunjangan bagi para sumber daya manusia.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis perolehan sumber dana, estimasi pendapatan, jenis dan jumlah biaya investasi, proyeksi laporan keuangan yang terdiri atas laporan laba rugi, arus kas, dan neraca, serta kriteria investasi.

2. Selain dari beberapa aspek yang telah disebutkan diatas, terdapat juga sub-tujuan (*minor objectives*) dari studi kelayakan ini, yaitu:

- a. Memenuhi kebutuhan masyarakat,
- b. Menciptakan lapangan kerja,
- c. Mengurangi angka pengangguran,
- d. Mendorong pertumbuhan ekonomi,
- e. Mendapatkan keuntungan dari bisnis yang dibangun.

C. Metodologi

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis, diperlukan metodologi dalam pengumpulan data. Metodologi digunakan untuk menghasilkan data yang mendukung layak atau tidaknya sebuah bisnis untuk dijalankan. Terdapat dua metode pengumpulan data yang digunakan dalam studi kelayakan bisnis Berry Dessert House, yaitu:

1. Data Primer

Menurut Sekaran & Bougie (2019), data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber pertama untuk tujuan penelitian. Data primer dapat dilakukan dengan cara interview, observasi, kuesioner, dan eksperimen.

Berikut adalah pengumpulan data primer dalam studi kelayakan Berry Dessert House:

a. Kuesioner

Menurut Sekaran & Bougie (2019), kuesioner merupakan sebuah kumpulan pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada responden baik secara langsung melalui kertas ataupun komputer. Kuesioner bertujuan untuk mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah besar. Kuesioner dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

1) *Personally Administered Questionnaires*

Pertanyaan kuesioner ditanyakan secara langsung oleh peneliti kepada responden. Kelebihan dari cara penyebaran kuesioner seperti ini adalah respon dari responden dapat dilakukan dalam waktu yang singkat. Tetapi cara ini dapat menimbulkan bias karena pertanyaan yang dijelaskan berbeda-beda pada setiap responden.

2) *Mail Questionnaires*

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengirimkan kuesioner kepada responden melalui surat. Tetapi dengan munculnya internet, penyebaran kuesioner lebih dilakukan dengan membagikan kuesioner online atau dikirim melalui email.

3) *Electronic and Online Questionnaires*

Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui email, memposting di website, atau melalui *social networking*. Cara ini lebih mudah dan cepat untuk mendapatkan respon pendapat konsumen secara mendalam. Penyebaran kuesioner secara *online* juga memungkinkan dalam mencakup wilayah yang luas serta dapat dilakukan di mana dan kapan saja.

Penyebaran kuesioner akan dilakukan dengan menggunakan cara *electronic and online questionnaires* karena lebih mudah dan cepat untuk dilakukan. Selain itu, penyebaran kuesioner dengan cara ini juga lebih menghemat waktu, biaya, dan tenaga.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran & Bougie (2016), data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti lain untuk tujuan penelitiannya. Data sekunder dapat diperoleh melalui data-data statistik, publikasi pemerintah, jurnal, buku, artikel, website sebuah perusahaan, dan internet. Dalam studi kelayakan bisnis Berry Dessert House, data sekunder akan digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan. Data-data yang diperoleh merupakan data yang tidak dapat diperoleh melalui penyebaran kuesioner, tetapi didapat melalui data yang sudah ada untuk melengkapi data primer dan memaksimalkan studi kelayakan bisnis ini.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Menurut Cambridge Dictionary (2022), Restoran merupakan sebuah tempat dimana makanan disiapkan dan disajikan kepada pelanggan. Restoran tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari dan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Orang-orang berkunjung ke restoran untuk bersosialisasi sekaligus menikmati makanan dan minuman. Restoran juga menyediakan tempat untuk bersantai dan menikmati waktu bersama keluarga, teman, ataupun rekan bisnis (Walker, 2021).

2. Klasifikasi Restoran

Klasifikasi restoran menurut Walker (2021), yaitu:

a. *Fine Dining*

Fine Dining adalah jenis restoran yang menawarkan berbagai elemen baik dari segi makanan, pelayanan, maupun dekorasi restoran untuk menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan bagi para tamu restoran. Restoran *fine dining* menawarkan setidaknya 15 pilihan menu makanan pembuka dan hampir semuanya disiapkan dari mentah di tempat. Banyak restoran *fine dining* yang menawarkan masakan *haute cuisine* yang diartikan sebagai makanan mewah. Harga makanan dan minuman yang disajikan di restoran *fine dining* juga tergolong sangat mahal jika dibandingkan dengan jenis restoran lainnya. Contoh restoran *fine dining* adalah Henshin.

b. *Celebrity Restaurant*

Celebrity restaurant adalah jenis restoran yang dibuat atau dimiliki oleh seorang artis atau *public figure*. Konsep dan desain restoran juga disesuaikan dengan pemilik restoran. Contoh *celebrity restaurant* yaitu restoran Twelve Chinese Dining milik Ayu Dewi.

c. *Steak House*

Steak house merupakan restoran yang berspesialisasi dalam hidangan steak. Pilihan menu yang ditawarkan terbatas pada hidangan steak. Tetapi *steak house* modern mulai menambahkan varian menu tambahan jenis daging lainnya seperti daging ayam, domba, ikan, dan seafood. Contoh *steak house* yaitu Holycow! Steakhouse.

d. *Casual Dining and Dinner House Restaurant*

Casual dining adalah jenis restoran yang menawarkan konsep suasana dan layanan yang bersifat kasual atau santai. Jenis restoran ini juga menawarkan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Contoh restoran *casual dining* yaitu Bottega Ristorante.

f. *Family Restaurant*

Family restaurant adalah jenis restoran yang memiliki menu dan jenis layanan yang sederhana. Jenis restoran ini juga menawarkan suasana yang tidak formal dan diperuntukkan untuk keluarga dan rombongan. Contoh *family restaurant* adalah Kayu Kayu Restaurant.

g. *Ethnic Restaurant*

Ethnic restaurant adalah jenis restoran yang menyediakan makanan khas negara dan etnis tertentu. Layanan dan dekorasi restoran juga disesuaikan dengan negara dan etnis tersebut. Contoh *ethnic restaurant* adalah Osteria Gia.

h. *Theme Restaurant*

Theme restaurant adalah jenis restoran yang mengusung konsep tema tertentu dari segi menu makanan dan minumannya, dekorasi, maupun atmosfernya untuk membuat pelanggan yang datang terkesan. Contoh *theme restaurant* adalah Hello Kitty Café, Pantai Indah Kapuk.

i. *Quick Service/Fast Food Restaurant*

Quick-service restaurant adalah jenis restoran yang memberikan layanan penyajian makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat. Contoh *quick service/fast food restaurant* adalah KFC.

e. *Bakery Café*

Bakery Café adalah jenis restoran yang menggabungkan konsep *bakery* dan *café*. Jenis restoran ini selain menjual produk roti, *pastry*, dan *cake*, juga menawarkan menu kopi, teh, sandwich serta menyediakan tempat bagi para pengunjung untuk menikmati makanan dan suasana. Contoh *bakery café* adalah Monsieur Spoon.

Berdasarkan klasifikasi restoran yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa Berry Dessert House termasuk ke dalam jenis *bakery café*. Hal tersebut dikarenakan Berry Dessert House menggabungkan konsep *bakery* dan *café*.

3. Klasifikasi Layanan

Menurut Cousins & Weekes (2020), layanan dapat diklasifikasikan menjadi:

a. *Table Service*

Pelayanan *table service* dilakukan dengan mengantarkan makanan langsung ke meja tamu. Jenis layanan ini banyak ditemukan di berbagai jenis restoran, *café*, dan banquet. *Table service* terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1) *Silver/English Service*

Pelayanan dilakukan dengan *waiter* memindahkan makanan dari *servicing dish* ke piring tamu.

2) *Family Service*

Hidangan utama diporsikan di beberapa piring dan diletakkan diatas meja agar tamu dapat mengambil makanan yang diinginkannya sendiri.

3) *Plate/American Service*

Makanan sudah ditata di piring dari dapur dan diantarkan oleh *waiter* kepada tamu. Banyak digunakan untuk *banqueting*.

4) *Butler/French Service*

Makanan disajikan kepada tamu secara individual, kemudian tamu mengambil makanan yang diinginkannya sendiri.

5) *Guéridon*

Hidangan yang akan disajikan ke piring tamu dimasak di atas troli bernama *guéridon*. *Guéridon* dapat digunakan untuk *carving*, *jointing*, *fish filleting*, *flambage*.

6) *Bar Counter*

Pelayanan dilakukan kepada tamu yang duduk di depan *bar counter*. *Bar counter* dapat ditemukan pada restoran sushi yang menggunakan *conveyor belt* untuk menyajikan makanan kepada tamu.

b. *Assisted Service*

Pelayanan *assisted service* merupakan kombinasi dari *table service* dengan *self-service*, yaitu makanan diantarkan ke meja tamu dan tamu juga dapat mengambil makanannya sendiri. Jenis layanan ini dapat ditemukan pada *carvery* yang sering digunakan untuk sarapan di hotel.

c. *Self-Service*

Pelayanan *self-service* dilakukan dengan tamu mengambil makanan langsung pada *display* atau *buffet*. Jenis layanan *self-service* dapat ditemukan di *cafeteria* dan kantin. *Self-service* terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1) *Counter*

Tamu mengantri dan memilih menu langsung di *counter*, kemudian pesanan diambil dan dibawa menggunakan *tray* atau troli.

2) *Free-flow*

Counter dibedakan berdasarkan tipe makanannya seperti *hot*, *cold*, *desserts*. Kemudian tamu dapat mengunjungi *counter* makanan yang diinginkannya.

3) *Echelon*

Counter ditata sedemikian rupa agar hidangan kelihatan lebih menarik.

4) *Supermarket*

Layaknya berbelanja di *supermarket*, tamu dapat memilih dan mengambil barang yang diinginkannya sendiri dengan alur yang bebas.

d. *Single-Point Service*

Pelayanan *single-point service* dilakukan dengan tamu memesan, membayar, dan mengambil makanan dan minuman di *counter*, *bar*, atau *vending machine*. *Single-point service* terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1) *Takeaway*

Tamu memesan dan mengambil makanan di *counter* serta tidak makan di tempat. Beberapa restoran ada juga yang menyediakan *dining area*.

2) *Drive-thru*

Bentuk dari layanan *takeaway* dimana tamu memesan, melakukan pembayaran, dan mengambil makanan dari dalam kendaraan.

3) *Fast Food*

Menawarkan menu yang terbatas, layanan yang cepat, serta fasilitas *takeaway*.

4) *Vending*

Penyediaan makanan dan minuman dilakukan melalui mesin penjualan otomatis.

5) *Kiosks*

Sebuah mesin untuk menyediakan suatu layanan di lokasi tertentu. *Kiosks* dapat digunakan baik oleh tamu maupun *staff*.

6) *Food Court*

Rangkaian *counter* tempat tamu dapat memesan dan makan di *eating area*.

7) *Bar*

Pemesanan, pelayanan, pembayaran, serta menikmati makanan dan minuman dapat dilakukan di *bar*.

e. *Specialised or In Situ Service*

Pelayanan *specialised service* dilakukan dengan membawa makanan dan minuman ke tempat tamu berada. *Specialised service* terdiri dari beberapa jenis yaitu:

1) *Tray*

Digunakan pada rumah sakit, pesawat, dan kereta.

2) *Trolley*

Digunakan oleh pekerja kantoran, tamu di pesawat dan kereta.

3) *Home Delivery*

Makanan diantarkan ke rumah ataupun tempat kerja tamu.

4) *Lounge*

Menyediakan berbagai macam makanan dan minuman di area *lounge*.

Contohnya di *hotel lounge*.

5) *Room*

Layanan makanan dan minuman di kamar tamu atau ruang *meeting*.

6) *Drive-in*

Layanan dilakukan kepada tamu yang berada di kendaraan.

Berdasarkan klasifikasi layanan di atas, Berry Dessert House termasuk dalam jenis layanan *single point service*. Pelayanan dilakukan dengan tamu memesan, membayar, dan mengambil makanan dan minuman di *counter*.

4. Klasifikasi Menu

Menurut Walker (2021), menu dapat diklasifikasikan menjadi:

a. *À La Carte Menu*

Menu yang menawarkan makanan dan minuman dengan harga tersendiri.

b. *Table D'hôte Menu*

Menu yang menawarkan sejumlah hidangan dengan harga yang telah ditentukan.

c. *Du Jour Menu*

Menu ini berisikan hidangan yang ditawarkan hanya pada hari itu.

d. Tourist Menu

Menu yang bertujuan untuk menarik perhatian wisatawan yang biasanya mencari makanan yang cepat disajikan, harga terjangkau, dan menyerupai makanan negara asal mereka.

e. California Menu

Tamu dapat memesan apapun yang ada di menu kapan saja di hari itu.

f. Cyclical Menu

Menu yang berulang dalam periode waktu tertentu.

Berdasarkan klasifikasi menu di atas, jenis menu yang digunakan oleh Berry Dessert House yaitu *à la carte*. Berry Dessert House akan menyediakan menu makanan dan minuman dengan harga yang telah ditentukan.

5. Pengertian *Dessert*

Dessert merupakan makanan manis yang dimakan di akhir hidangan (Cambridge Dictionary, 2022). Kata *dessert* berasal dari *desservir*, sebuah istilah Perancis yang berarti “*to remove that which has been served*”. Dengan kata lain, *dessert* merupakan hidangan yang disajikan kepada tamu setelah seluruh hidangan selesai dan segala hal yang ada di atas meja diangkat (Migoya, 2012).

6. Klasifikasi *Dessert*

Menurut Gisslen (2021), *dessert* dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Cake

Cake memiliki rasa yang paling kaya dan manis di antara produk lainnya yang dipanggang. *Cake* terbuat dari tepung, lemak, gula, dan telur. *Cake*

dapat dibuat dengan berbagai bentuk menggunakan *icing* dan *filling* yang beragam untuk berbagai acara. Contoh *cake* yaitu, *chiffon cake*, *pound cake*, *madeleine*.

b. Cookies

Cookies memiliki arti “*small cake*”. *Cookies* terbuat dari tepung dan gula dan dapat memiliki bentuk, ukuran, rasa, dan tekstur yang bermacam-macam. Tekstur *cookies* cukup beragam, mulai dari yang renyah, lembut, dan kenyal. Contoh *cookies* yaitu, *oatmeal raisin cookies*, *chocolate chip cookies*, *macaron*.

c. Pastries

Pastry berasal dari kata *paste*, artinya campuran dari tepung, *liquid*, dan lemak. Contoh *pastry* yaitu *short pastries*, *puff pastry*, *éclair paste*, *strudel*, *phyllo*, *baked meringue*.

d. Fried Pastries

Adonan tidak dipanggang, tetapi digoreng atau dimasak di atas *griddle*. Contoh *fritter* yaitu, *doughnut*, *fritters*, *pancake and waffles*.

e. Pies

Adonan *pie* terbuat dari tepung, mentega, air, dan garam. Kemudian adonan tersebut akan diisi dengan *filling*. Contoh *pie* yaitu, *apple pie*, *pecan pie*, *key lime pie*, *strawberry chiffon pie*.

f. Tarts and Tartlets

Adonan *pastry* yang hampir sama dengan *pie*, tetapi tidak memiliki penutup. Biasanya memiliki *filling* buah-buahan. *Tartlet* merupakan yang dibuat dalam ukuran kecil dan individu.

g. *Custards and Puddings*

Custard merupakan saus kental yang terbuat dari telur, susu, dan gula.

Custard terbagi menjadi 2 jenis:

1) *Stirred Custard*

Stirred custard diaduk dan dapat dituang ketika dimasak. Contoh *stirred custard* yaitu, *Crème anglaise* dan *pastry cream*.

2) *Baked Custard*

Baked custard merupakan *custard* yang dipanggang hingga memiliki bentuk yang kokoh. *Baked custard* dapat dibuat sebagai *pie filling*, atau sebagai *dessert* sendiri. Contohnya, *crème brulee*.

Pudding merupakan *custard* yang ditambahkan bahan tambahan ke dalamnya. Contohnya, *bread butter pudding* merupakan *custard* yang ditambahkan potongan roti ke dalam *custard* kemudian dipanggang. *Rice pudding* terbuat dari beras dan *custard* yang dimasak bersamaan.

h. *Mousses*

Mousse merupakan *dessert* yang memiliki tekstur lembut dan ringan. Contoh *mousses* yaitu, *chocolate mousse*, *coconut mousse*.

i. *Souffles*

Souffle merupakan *dessert* yang memiliki tekstur ringan dan memiliki banyak udara di dalamnya. Contoh *souffle* yaitu, *vanilla souffle*.

j. *Frozen Desserts*

Frozen dessert terbagi ke dalam beberapa jenis yaitu:

1) *Ice Cream*

Frozen dessert yang terbuat dari campuran susu, *cream*, gula, dan perasa.

2) *Ice Milk*

Hampir sama dengan *ice cream*, hanya saja memiliki kandungan lemak susu yang lebih rendah.

3) *Frozen Yoghurt*

Ice cream atau *ice milk* yang ditambahkan *yoghurt*.

4) *Sorbets*

Terbuat dari jus buah, air, dan gula.

5) *Granite*

Dessert khas *Italia* yang terbuat dari es kristal atau es serut dan gula yang dicampur dengan perasa.

6) *Gelato*

Versi *Italia* dari *ice cream*, *sorbet*, dan *granite*. *Gelato* mengandung lebih sedikit lemak dibanding *ice cream*.

7) *Parfait*

Dessert yang terdiri dari berbagai lapisan es krim dan *topping* yang disajikan dalam gelas tinggi.

k. *Fruit Desserts*

Contohnya, *poached fruit*, *fruit salad*, *fruit cobbler*, *raspberry jam*, *strawberry marmalade*.

Berdasarkan klasifikasi *dessert* di atas, *Berry Dessert House* akan menyediakan *cake* dan *cookies* sebagai menu *dessert*.

7. Konsep Bisnis

Berry Dessert House merupakan sebuah *bakery café* dengan konsep *Scandinavian minimalist café* yang akan menjual *slice cake* dengan berbagai varian rasa di Jalan Wolter Monginsidi, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Nama Berry Dessert House terinspirasi dari buah *strawberry* dan *blueberry* yang identik dengan *cake*, serta sering dijadikan pemanis sebagai *topping* di sebuah *cake*. Sehingga karena alasan tersebut, *strawberry cake* dan *blueberry cake* yang dijual di Berry Dessert House akan menjadi *signature product* bagi Berry Dessert House. Selain itu, dengan adanya tren *foodstagramming*, Berry Dessert House akan menginovasikan *cake* yang dijual dengan tampilan yang *aesthetic* dan *modern* untuk menarik minat pengunjung. Selain *dessert*, Berry Dessert House juga akan menyediakan aneka menu minuman *coffee* dan *non-coffee* sebagai pelengkap untuk menu makanan yang manis.

Konsep pelayanan Berry Dessert House adalah *single point service* dimana tamu memesan, membayar, dan mengambil makanan dan minuman di *counter*. *Barista* akan mengantarkan makanan dan minuman ke meja tamu apabila hidangan belum siap ketika dipesan. Tamu juga dapat melakukan *takeaway* apabila tidak ingin makan di tempat setelah melakukan pemesanan. Selain itu, Berry Dessert House juga menawarkan layanan pesan antar menggunakan aplikasi Grab, Gojek, dan Shopee. Jenis menu yang digunakan di Berry Dessert House adalah menu *à la carte*, dimana setiap makanan dan minuman dalam menu disertai dengan harga tersendiri yang telah ditentukan. Pembayaran di Berry Dessert House dapat dilakukan dengan menggunakan *cash*, *debit/credit*, dan *e-wallet* (OVO, GoPay, ShopeePay).