

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan fenomena global dan menjadi salah satu industri terbesar di dunia (Tovmasyan, 2016). Sektor ini dapat dikatakan sebagai tulang punggung dari perekonomian Indonesia. Menurut Walker, (2021), definisi pariwisata adalah sebagai berikut.

A dynamic, evolving, consumer-driven force and is the world's largest industry, or collection of industries, when all its interrelated components are placed under one umbrella: tourism and travel; lodging; conventions, expositions, meetings, and events; restaurants and managed services; assembly, destination, and event management; and recreation.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu industri yang besar dimana pariwisata sebagai industri yang dinamis, berevolusi yang berpedoman terhadap konsumen. Industri tersebut meliputi pariwisata, perjalanan, penginapan, konvensi, eksposisi, pertemuan, restoran, destinasi dan lain sebagainya. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 , pariwisata adalah kegiatan wisata yang memiliki dan menyediakan fasilitas dan dikelola oleh masyarakat, pengusaha, hingga pemerintah. Biasanya kegiatan ini fokus bergerak pada bidang jasa sebagai pemenuhan untuk wisatawan.

Kehidupan manusia dengan segala golongan umur dan jenis kelamin pada hakikatnya tidak akan bisa terlepas dari kebutuhan makanan dan

minuman. Menurut Sihite (dalam Hidayat & Setiawan, 2015) restoran merupakan tempat di mana orang datang untuk dilayani dan menikmati hidangan pada waktu pagi, siang, maupun sore. Setelah selesai menikmati makanan yang dipilih berdasarkan menu yang disediakan, pelanggan tersebut harus membayar dengan sejumlah uang sesuai dengan harga yang telah ditentukan oleh pihak restoran.

Tujuan seseorang membuka bisnis adalah untuk mencari keuntungan. Wade (2007) mengatakan tentang faktor pendukung dalam membangun bisnis, yaitu untuk memiliki bisnis sendiri, tidak memiliki pekerjaan, memiliki talenta di bidang tertentu, dan merasa bisa secara finansial untuk membuka usaha.

Berkembangnya zaman ke arah yang lebih maju mendorong gaya hidup masyarakat untuk berkembang juga. Dapat dilihat dari kebutuhan tiap masyarakat terhadap makanan. Tidak jarang juga masyarakat yang memiliki kebiasaan untuk mencamil makanan. Kegiatan ini biasa dilakukan untuk menghilangkan rasa jenuh saat seseorang sedang menonton, mengerjakan tugas, atau saat bekerja. Terdapat pilihan makanan yang dapat dijadikan sebagai camilan mulai dari rasa yang gurih sampai ke manis. Tidak sedikit dari masyarakat memilih camilan dengan rasa yang manis. Camilan tersebut dapat berupa kue , kue kering, atau roti.

Banyaknya masyarakat yang menyukai makanan manis dan dengan globalisasi yang terjadi, membuat masyarakat sering mengonsumsi kue-kue dengan kesan yang lebih modern seperti kue *red velvet*, *macaron*, dan *pie*. Hal ini menjadi peluang bisnis untuk juga memperkenalkan *upside-down cake*

kepada masyarakat Indonesia, terutama di daerah Jakarta. Tabel dibawah ini merupakan hasil dari survei yang dilakukan mengenai ketertarikan pasar terhadap kafe.

TABEL 1

Survei Ketertarikan Pasar

No.	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	
			Jumlah	Persentase
1	Usia Anda?	17 - 22	74	65,5%
		23 - 28	16	14,2%
		29 - 34	6	5,3%
		> 34	17	15%
2	Apakah Anda tertarik untuk datang ke <i>café</i> ?	Ya	110	97,3%
		Tidak	3	2,7%
3	Seberapa sering Anda ke <i>café</i> dalam seminggu?	1 – 2 kali	88	77,9%
		3 – 4 kali	16	14,2%
		>4 kali	9	8%
4	Apa tujuan anda ke <i>café</i> ?	Makan	14	12,4%
		Berkumpul dengan teman	70	61,9%
		Belajar	9	8%
		Family Time	13	11,5%
		Lainnya	7	6,2%

Sumber : Hasil Olahan Data (2022)

Data di atas merupakan hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan. Dapat dilihat bahwa mayoritas orang berusia 17-22 tahun sebanyak 74 responden (65,5%), tertarik untuk datang ke kafe. Tidak hanya itu itu, responden dengan usia 23-28 tahun sebanyak 16 responden (14,2%), usia 29-34 tahun sebanyak 6 responden (5,3%), dan usia di atas 34 tahun dengan jumlah

17 responden (15%) tertarik untuk datang ke kafe. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan selanjutnya mengenai ketertarikan responden untuk berkunjung ke kafe. Sebanyak 110 responden dengan persentase 97,3% tertarik untuk datang ke kafe dan sebanyak 3 responden dengan persentase 2,7% tidak tertarik untuk datang ke kafe.

Hasil kuesioner di atas juga menunjukkan seberapa sering responden datang ke suatu kafe dalam satu minggu. Responden dengan persentase 77,9% dengan jumlah 88 orang berkunjung ke kafe sebanyak 1-2 kali, 16 responden (14,2%) mengunjungi kafe sebanyak 3-4 kali, dan 9 responden (8%) mengunjungi kafe lebih dari 4 kali dalam seminggu. Dari tabel di atas juga menunjukkan tujuan responden datang ke kafe yang beragam. 14 responden (12,4%) datang ke kafe untuk makan, 70 responden (61,9%) untuk berkumpul dengan, 9 responden (8%) datang untuk belajar, 13 responden (11,5%) datang untuk menghabiskan waktu dengan keluarga, dan sebanyak 7 responden (6,2%) datang untuk tujuan lainnya. Tujuan tersebut adalah untuk mencari menu favorit, termenung, menghabiskan waktu untuk menyenangkan diri sendiri, bersantai, datang karena tertarik dengan konsep kafe, bercengkrama dengan pekerja kafe, dan meminum kopi.

TABEL 2

Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Makanan dan Bukan Makanan di Daerah
Perkotaan Menurut Kabupaten/Kota (rupiah) 2019-2021

Kabupaten /Kota	Makanan			Bukan Makanan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Kep. Seribu	726 987,41	763 795,22	766 450,33	395 247,13	426 784,20	453 047,09
Jakarta Selatan	917 711,42	1 031 040,42	946 025,34	1 707 577,84	1 685 998,79	1 560 405,50
Jakarta Timur	820 521,33	807 806,75	865 664,55	1 138 393,28	1 058 467,18	1 182 644,93
Jakarta Pusat	870 791,13	1 023 932,59	894 644,64	1 138 317,75	1 364 690,46	1 267 410,41
Jakarta Barat	886 692,55	983 538,36	929 885,09	1 257 929,08	1 252 720,76	1 270 311,24
Jakarta Utara	911 660,97	964 853,24	997 717,00	1 083 566,73	1 332 939,79	1 884 871,53
DKI Jakarta	877 449,00	944 687,09	923,932,80	1 278 664,00	1 313 304,39	1 412 469,63

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta (2019-2021)

Tabel diatas menunjukkan pengeluaran per kapita untuk makanan dalam sebulan. Dan Jakarta Selatan merupakan daerah kedua dengan pengeluaran terbesar setelah Jakarta Utara. Jakarta selatan juga memiliki penduduk sebanyak 2,2 juta penduduk, menempati posisi ketiga dengan

penduduk terbanyak setelah Jakarta Timur dan Jakarta Barat (Badan Pusat Statistik, 2021). Terdapat banyak lokasi di Jakarta Selatan yang merupakan pusat kuliner seperti Tebet. Tebet adalah salah satu daerah yang ramai di Jakarta, baik orang yang tinggal di daerah ini ataupun orang yang berlalu lalang. Daerah ini sangat sering dikunjungi pemuda dan remaja untuk sekedar makan atau berkumpul. Hal ini dikarenakan banyaknya restoran yang berada di daerah Tebet dengan harga yang terjangkau dan tempat yang nyaman.

Dengan pertimbangan di atas, bisnis Down For Cake akan dibangun di daerah tersebut. Bisnis Down For Cake akan dibuka di ruko Graha Mulia 99 yang terletak di Jalan Tebet Barat Dalam Raya, Tebet, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Bisnis ini akan menjual kue yang berfokus kepada *upside-down cake* dengan banyak varian. Berbagai macam *dessert* juga akan di jual di kafe ini, seperti *boba cake*, *strawberry shortcake cupcake*, dan *tres leches cake*. Alasan mengapa mencantumkan menu lain pada bisnis ini adalah karena masyarakat masih cukup asing terhadap *upside-down cake*, maka untuk menarik minat konsumen, bisnis ini menyediakan menu-menu yang sudah pernah didengar oleh masyarakat. Tidak hanya makanan manis, bisnis ini juga akan menjual beberapa jenis minuman sebagai pendamping saat menikmati kue. Minuman yang ditawarkan tidak akan terlalu banyak, karena akan berfokus kepada jenis-jenis kue yang dijual.

Down For Cake adalah nama singkat yang sangat mudah untuk diingat masyarakat. Down For Cake memiliki arti yang memiliki harapan bahwa dengan melihat produk-produk yang ditawarkan, maka konsumen akan tertarik

untuk datang ke bisnis Down For Cake. Bisnis ini diharapkan menjadi jawaban bagi masyarakat yang suka mengonsumsi makanan manis.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Tujuan dibuatnya studi kelayakan bisnis ini yaitu untuk mengukur peluang keberhasilan usaha Down For Cake dan mengetahui apakah bisnis ini layak atau tidak untuk dijalankan. Tujuan-tujuan tersebut terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

Meliputi aspek-aspek kelayakan bisnis yang berhubungan dengan rencana pembuatan suatu bisnis, yaitu:

a. Aspek Pemasaran

- 1) Menganalisis prospek bisnis berkaitan dengan jumlah permintaan dan penawaran mengenai produk dari bisnis.
- 2) Menganalisis bauran pemasaran bisnis yang mencakup harga, produk, distribusi, promosi, sumber daya manusia, dan kerja sama.
- 3) Menganalisis segmentasi, target, dan posisi pasar bisnis.

b. Aspek Operasional

- 1) Menganalisis pemilihan lokasi dan fasilitas untuk berjalannya bisnis
- 2) Menganalisis sistem operasional bisnis.

c. Aspek Organisasi

- 1) Menganalisis struktur organisasi bisnis.

d. Aspek Sumber Daya Manusia

- 1) Menganalisis kualitas sumber daya manusia yang diperlukan untuk membantu berjalannya operasional bisnis.
- 2) Menganalisis program pelatihan bagi sumber daya manusia dalam bisnis.

e. Aspek Keuangan

- 1) Menganalisis modal yang dibutuhkan untuk membangun bisnis.
- 2) Menganalisis pengeluaran dan pendapatan bisnis.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

Meliputi tujuan-tujuan lain yang ingin dicapai dari diberdirikannya bisnis, yaitu:

- a. Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.
- b. Memperkenalkan lebih lanjut *upside-down cake* kepada masyarakat Indonesia.
- c. Menyediakan varian makanan manis yang beragam untuk memenuhi permintaan masyarakat, terlebih penyuka makanan manis.

C. Metodologi

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis Down For Cake, perlu memiliki data pendukung yang dapat menarik kesimpulan mengenai kelayakan bisnis Down For Cake untuk dijalankan. Penyusunan studi kelayakan bisnis Down For Cake menggunakan metode penelitian bisnis. Metode penelitian

bisnis menurut Radjab & Jam'an (2017) adalah suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat dikembangkan dan dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang ada pada bisnis. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan secara akurat, studi kelayakan bisnis Down For Cake akan menggunakan metode penelitian sebagai berikut.

1. Jenis Penelitian

Terdapat tiga jenis metode dalam melakukan penelitian, yaitu penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran. Dalam studi kelayakan bisnis ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell & Creswell (2018), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan dengan melakukan pengukuran yang teliti dan terstruktur dengan tujuan mengembangkan model-model yang matematis yang berkaitan dengan fenomena alam. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara sistematis dan ilmiah terhadap fenomena serta relasinya secara jelas dengan mengumpulkan data atau informasi yang berupa angka atau bilangan (Hermawan, 2019).

Tujuan utama dari jenis penelitian ini adalah agar terciptanya kebenaran yang terjadi di sebuah realita suatu masalah yang kemungkinan dapat terjadi di suatu populasi (Tegor et al., 2020). Dari teori-teori yang mendefinisikan penelitian kuantitatif di atas, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan secara terstruktur dengan cara pengambilan sampel dari suatu populasi tertentu dan kemudian diolah dengan cara statistik. Jenis penelitian kuantitatif akan digunakan dalam

pengumpulan data yang diperlukan untuk studi kelayakan bisnis Down For Cake.

2. Sumber Data

Data yang didapatkan berasal dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam melaksanakan studi kelayakan bisnis untuk Down For Cake, penulis menggunakan data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat tanpa perantara, atau dengan kata lain langsung diambil oleh peneliti, sehingga data yang diterima berupa data yang masih belum diolah (Sekaran & Bougie, 2017). Untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan dua metode, yaitu melalui metode observasi dan metode survei. Dalam mengumpulkan data primer yang akan digunakan untuk studi kelayakan bisnis Down For Cake, akan dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1) Kuesioner

Kuesioner berperan penting untuk pengumpulan data yang diperlukan pada saat sebuah melakukan penelitian. Menurut Sekaran & Bougie (2017), kuesioner merupakan pertanyaan yang dibuat untuk dijawab oleh responden, dimana pertanyaan-pertanyaan yang disediakan berkaitan dengan identitas responden dan responden akan memilih jawaban dengan cara memilih pilihan yang telah disediakan oleh peneliti. Dapat juga dilakukan dengan

melakukan wawancara secara langsung atau lewat telepon untuk kemudian diolah menjadi data yang mendukung penelitian.

Kuesioner dapat disebar dengan cara diletakkan di tempat populasi yang ingin diambil datanya untuk kemudian diisi sendiri atau dikirimkan ke alamat responden. Selain itu dapat juga disebar dengan membuat akses agar responden dapat mengisi kuesioner melalui *website* yang dapat dibuka lewat perangkat elektronik para responden. Kuesioner merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan data karena dapat langsung disebar dengan jumlah yang banyak dalam waktu yang cukup singkat. Terlebih pada zaman modern saat ini, kuesioner dapat disebar melalui perangkat elektronik sehingga tidak memakan biaya yang besar.

Penulis akan melakukan penyebaran kuesioner untuk data yang dibutuhkan dalam studi kelayakan bisnis Down For Cake. Kuesioner akan disebar melalui *internet*. Hal ini dilakukan guna mendapatkan responden yang banyak dengan biaya kecil dan waktu yang cukup singkat jika dibandingkan dengan penyebaran kuesioner secara langsung.

2) Observasi

Observasi berarti penelitian dilakukan mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke lapangan. Observasi dilakukan dengan merekam perilaku masyarakat dan apa yang terjadi di tengah

masyarakat tersebut yang dicatat tanpa berkomunikasi dengan pihak yang bersangkutan (Sekaran & Bougie, 2016).

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber sekunder. Data ini menghasilkan informasi tambahan yang dapat mendukung data primer (Sekaran & Bougie, 2017). Sumber yang ada berasal dari sumber utamanya. Data sekunder dapat bersumber dari jurnal, buku, internet, dan koran atau majalah. Sumber-sumber yang mendukung data sekunder ini akan digunakan untuk membantu prosedur penelitian untuk studi kelayakan bisnis Down For Cake.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di DKI Jakarta, dan akan memprioritaskan penyebaran kuesioner kepada warga yang tinggal di Jakarta Selatan tempat dimana usaha akan dibangun. Penulis juga akan melakukan penyebaran kuesioner kepada warga yang bertempat tinggal di daerah Jabodetabek untuk mengetahui ketertarikan responden di luar Jakarta Selatan terhadap bisnis Down For Cake ini. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada bulan September. Penulis juga akan melakukan observasi secara langsung di daerah Tebet, Jakarta Selatan.

4. Target Populasi

Populasi menurut Borden & Abbott (2018) didefinisikan sebagai subjek yang menjadi target penelitian. Untuk studi kelayakan bisnis Down

For Cake, populasi yang akan diteliti adalah remaja dan orang dewasa yang sering berkunjung dan makan di restoran di daerah Jakarta Selatan dan sekitarnya.

5. Sampel

Sampel diartikan sebagai sebagian kecil dari populasi. Sampel digunakan untuk mewakili populasi yang diteliti. Hasil dari penelitian sampel tersebut akan dianggap sebagai kesimpulan dari populasi tersebut. (Bordens & Abbott, 2018). Untuk studi kelayakan bisnis Down For Cake, penulis akan mengambil sampel penelitian dengan pertimbangan sebagai berikut:

a. *Sample Size*

Untuk dapat mengetahui jumlah responden yang akan mengisi kuesioner yang disediakan, maka pengisian kuesioner akan dilakukan dengan perhitungan jumlah pertanyaan yang ada di dalam kuesioner dikali lima (Ho, 2014). Kuesioner yang disediakan untuk studi kelayakan bisnis memiliki 24 pertanyaan, jikalau dikalikan dengan lima akan menjadi 120. Maka jumlah responden yang dibutuhkan adalah sebanyak 120 responden, namun tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan jawaban lebih daripada yang ditentukan.

b. Teknik Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016) *non-probability sampling* adalah pengambilan sampel secara tidak acak dan elemen yang dipilih berdasarkan subjektivitas dan kebijaksanaan peneliti. Menurut (Sekaran

& Bougie, 2016), terdapat beberapa teknik *non-probability sampling* sebagai berikut:

1) *Convenience Sampling*

Sekaran & Bougie (2016) mengatakan *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel sesuai dengan hal yang merupakan kegemaran dari peneliti. Elemen yang diteliti bersumber dari populasi yang ada.

2) *Judgment Sampling*

Menurut Sekaran & Bougie (2016) *judgment sampling* adalah pengambilan sampel terhadap elemen yang memiliki informasi yang dibutuhkan. Teknik ini cukup menguntungkan karena sampel yang diambil berasal dari sumber yang memiliki pengetahuan atau berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3) *Quota Sampling*

Sekaran & Bougie (2016) berpendapat bahwa *quota sampling* adalah untuk memastikan bahwa sampel tersebut mewakili populasi yang ada secara lebih mendalam.

Untuk studi kelayakan bisnis Down For Cake, akan digunakan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Kuesioner akan disebarkan kepada masyarakat yang tinggal di Jakarta dan sekitarnya dan dapat dijawab oleh siapapun tanpa adanya persyaratan yang

mengikat. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara daring untuk mempersingkat waktu dan biaya.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis Down For Cake, penulis akan menggunakan dua teknik untuk mengumpulkan data, yaitu kuesioner dan studi Pustaka. Penjabaran mengenai kedua teknik tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang di dalamnya berisi beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan topik yang sedang diteliti. Pertanyaan-pertanyaan ini akan disebar dan kemudian diisi oleh para responden. Jenis kuesioner yang akan disebarkan oleh penulis adalah kuesioner yang bersifat tertutup, responden akan diberikan beberapa pertanyaan disertakan dengan pilihan jawaban.

Penyebaran kuesioner akan dilakukan melalui *internet*. Hal ini memungkinkan penulis membuat kuesioner dengan desain yang menarik bagi responden. Selain itu, penyebaran dengan cara seperti ini juga sangat efektif dan efisien dilihat dari segi waktu dan biaya. Jumlah responden yang terjangkau juga akan jauh lebih banyak dan luas.

Kuesioner akan di sebarakan kepada masyarakat yang suka datang ke kafe di daerah Jakarta Selatan dan sekitarnya. Di dalam kuesioner yang dibagikan, akan terdapat pertanyaan dengan pilihan

jawaban yang berupa skala penilaian. Skala tersebut memiliki gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju sebagai berikut:

6 = Sangat Setuju

5 = Setuju

4 = Cenderung Setuju

3 = Cenderung Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

1 = Sangat Tidak Setuju

b. Studi Pustaka

Studi pustaka atau bisa juga disebut dengan kajian pustaka atau tinjauan pustaka merupakan tulisan ilmiah yang membahas penelitian yang telah dilakukan dan sumber ilmiah lain yang mendukung yang terkait dengan penelitian yang dilakukan (Hermawan, 2019). Studi pustaka tidak kalah penting dari hasil penelitian karena dapat meningkatkan kualitas dari tulisan yang disusun. Untuk mendapatkan data sekunder, penulis menggunakan studi pustaka. Data-data yang akan digunakan sebagai sumber dari studi pustaka tersebut berasal dari buku, jurnal penelitian, dan situs internet yang dapat dipercaya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Motif dasar dari kegiatan pariwisata yaitu untuk bersantai, mengisi waktu luang, serta bersenang-senang. Pariwisata juga dapat memberikan

dampak yang positif terhadap kondisi fisik dan mental seseorang (Isdarmanto, 2017).

2. Pengertian Restoran

Restoran adalah suatu tempat untuk menjual makanan dan minuman. Dimana di dalam suatu restoran terjadi interaksi antara penyedia produk dan jasa dengan pelanggan yang bertujuan untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Hermawan et al., 2018)

3. Jenis Restoran

Menurut Ekawatiningsih (2020) restoran dibagi menjadi beberapa jenis berikut:

a. *Automat Restaurant* atau *Vendetarian*

Restoran yang menggunakan mesin otomatis. Tamu yang ingin membeli makanan atau minuman di restoran ini harus memasukkan koin ke dalam mesin otomatis tersebut (Ekawatiningsih, 2020).

b. *Bistro*

Menjual minuman anggur (*wine*) dan makanan utama yang setiap harinya berganti atau sering disebut dengan (*cycle menu*). Bistro juga dapat dikatakan sebagai restoran kecil (Ekawatiningsih, 2020).

c. *Canteen*

Restoran yang umumnya berada di gedung perkantoran, sekolah, atau pusat perbelanjaan. Kantin biasanya merupakan tempat makan bagi para pekerja (Ekawatiningsih, 2020).

d. *Café*

Kafe adalah restoran kecil yang biasanya menjual kue, roti lapis, kopi, dan teh. Kafe tidak menjual minuman anggur. Kafe menyuguhkan menu yang terbatas dengan harga yang relatif sedang (Ekawatiningsih, 2020). Suasana di kafe biasanya cenderung lebih santai dan nyaman dibandingkan restoran formal.

e. *Cafétaria*

Kafetaria adalah restoran dimana pelanggan yang datang akan melayani dirinya sendiri. Kafetaria hampir sama dengan kafe, yang membedakannya adalah kafetaria menjual makanan siap saji. Pelanggan akan membayar sesuai dengan makanan atau minuman yang diambil (Ekawatiningsih, 2020)

f. *Steak House*

Steak House adalah restoran yang khusus menjual *steak* yang dihidangkan dengan makanan pendamping seperti sayuran, karbohidrat, dan saus (Ekawatiningsih, 2020)

g. *Cabaret*

Merupakan restoran yang tidak hanya menjual makanan dan minuman, tetapi juga menampilkan pertunjukan untuk menghibur tamu yang datang (Ekawatiningsih, 2020)

4. Jenis Pelayanan Restoran

Menurut Cousins et al., (2014), terdapat lima jenis pelayanan makanan dan minuman di restoran, yaitu:

a. *Table Service*

Table service adalah pelayanan dimana tamu yang datang akan menunggu di meja dan makanan atau minuman yang di pesan akan diantarkan ke meja oleh pelayan (Cousins et al., 2014).

b. *Self-Service*

Pelayanan restoran dimana tamu akan memilih dan mengambil sendiri makanan dan minuman yang diinginkan. Makanan akan tertata secara prasmanan. Pelayanan restoran seperti ini sering ditemukan di kantin (Cousins et al., 2014).

c. *Assisted Service*

Merupakan penggabungan dari *table service* dan *self-service*. Tamu akan memilih makanan yang telah disediakan secara prasmanan dan akan membayarnya di kasir. Setelah melakukan pembayaran, makanan tersebut akan diolah dan dibawa ke tempat duduk tamu (Cousins et al., 2014)

d. *Specialized*

Merupakan pelayanan khusus yang menggunakan jasa pengiriman makanan. Contoh dari pelayanan ini adalah *room service*, pesan antar, *tray service* di pesawat, dan *lounge service* yang menggunakan ruangan khusus untuk menghidangkan makanan (Cousins et al., 2014)

e. *Single Point Service*

Tamu akan memesan makanan dan minuman dan langsung membayar di *counter* restoran tersebut. Setelah selesai melakukan pembayaran, pesanan akan dibuat dan tamu dapat menentukan apakah akan memakannya di tempat atau dibawa pulang. Contoh jenis pelayanan ini adalah *vending machine*, *drive-thru*, *food court*, dan kios (Cousins et al., 2014).

5. Pengertian Kue

Kue adalah makanan hasil olahan tepung yang dicampur dengan bahan-bahan pendukung seperti telur, minyak, dan susu (Napitupulu & Dewiani, 2020). Kue biasanya memiliki rasa yang manis, tetapi tak jarang memiliki rasa yang asin dan gurih. Macam-macam kue seperti *sponge cake*, *chiffon cake*, *carrot cake*, *red-velvet cake*, dan *angle food cake*.

6. Pengertian *Upside-down Cake*

Upside-down cake mengacu pada cara pembuatannya, dimana *topping*-*topping* disusun di bagian dasar loyang dan adonan dituangkan di atas *topping* tersebut (Maehashi, 2021).

7. Tinjauan Konseptual Bisnis

Bisnis Down For Cake akan menyediakan makanan penutup berupa *upside-down cake* dan beberapa jenis makanan penutup lainnya. Bisnis ini akan menggunakan jenis pelayanan *single point service* dimana pelanggan akan memesan produk yang diinginkan dan langsung melakukan pembayaran di kasir. Bisnis ini berlokasi di Ruko Graha Mulia 99, Tebet Jakarta Selatan.

Produk utama yang di tawarkan berupa *upside-down cake* dengan berbagai macam pilihan *topping* buah dan kacang-kacangan. Tidak hanya itu, bisnis ini juga menyediakan varian kue lain seperti *tres leches cake*, *boba cake*, dan *strawberry shortcake cupcake*. Down For Cake tidak hanya menjual berbagai makanan manis, namun juga dilengkapi dengan berbagai jenis minuman.

