

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Gagasan Awal**

Usaha penyediaan makanan dan minuman adalah salah satu industri yang memiliki perkembangan sangat pesat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tabel 1 pertumbuhan penyediaan makanan dan minuman dari tahun 2010 sampai 2021. Di Indonesia, banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam sektor penyediaan makanan dan minuman. Seperti yang tertera pada tabel 1 dibawah, sektor usaha ini dinilai konsisten sejak tahun 2011 dan terus mengalami pertumbuhan, hingga pada tahun 2020 industri ini mengalami keterpurukan karena pandemi covid-19 selama 3 tahun terakhir. Badan Pusat Statistik mencatat angka yang konsisten dari tahun 2011 hingga 2019 yaitu dengan rata-rata sekitar 5,6 persen. Dapat dilihat juga pertumbuhan dari tahun 2015 hingga 2019 yang cukup signifikan hingga mencatat angka tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 6,89 persen.

Tetapi sayangnya pertumbuhan tersebut tidak berlangsung lama karena pada tahun 2020 laju pertumbuhan penyediaan makanan dan minuman anjlok ke angka -6,88 persen akibat dari pandemi covid-19. Sejak masa pandemi covid-19, sektor perekonomian Indonesia menurun drastis yang menyebabkan sejumlah industri terpuruk. Banyak tantangan yang timbul selama masa pandemi, salah satunya adalah bagaimana pemilik usaha makanan dan minuman dapat bertahan. Tantangan ini timbul disebabkan oleh penjualan oleh masing-masing pelaku usaha yang sangat

turun dibandingkan sebelum adanya pandemi sehingga laju pertumbuhan juga turun dengan sangat drastis. Penurunan tersebut mengakibatkan para pemilik usaha makanan dan minuman mengembangkan berbagai inovasi demi mengambil peluang dalam berbisnis. Alhasil, hal tersebut tidak membuat sektor penyediaan makanan dan minuman terus berada di bawah karena mulai tahun 2021 sektor usaha ini dapat melewati masa sulit dan mengalami pertumbuhan. Tahun 2021 sektor usaha ini dapat kembali bangkit dengan angka laju pertumbuhan sebesar 3,52 persen.

**TABEL 1**  
Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen), 2022

| PDB Lapangan Usaha<br>(Seri 2010) | Laju Pertumbuhan Kumulatif (c-to-c) |      |      |       |      |      |
|-----------------------------------|-------------------------------------|------|------|-------|------|------|
|                                   | Tahunan                             |      |      |       |      |      |
| Penyediaan Makanan<br>dan Minuman | 2011                                | 2012 | 2013 | 2014  | 2015 | 2016 |
|                                   | 5,91                                | 5,99 | 6,16 | 5,27  | 3,97 | 5,03 |
|                                   | 2017                                | 2018 | 2019 | 2020  | 2021 | 2022 |
|                                   | 5,48                                | 6,03 | 6,89 | -6,88 | 3,52 | -    |

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Usaha dalam sektor industri ini juga dinilai telah berkembang pesat dengan berbagai konsep, variasi harga, serta jenis produk yang dijual pun bermacam-macam. Pertumbuhan yang pesat dalam industri ini juga mengakibatkan semakin banyaknya pesaing sehingga untuk bertahan dalam industri ini, perusahaan harus mampu bersaing dan menunjukkan potensinya dalam usaha ini. Industri ini dianggap salah satu sektor yang memiliki permintaan tinggi dikarenakan masyarakat tetap perlu mengonsumsi makanan dan minuman di masa pandemi dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Peningkatan pada sektor usaha penyediaan makanan dan minuman ini memberikan peluang bagi pemilik

usaha, tak terkecuali dalam bisnis kafe yang menyajikan makanan penutup atau *dessert*.

Berdasarkan jurnal “Rancangan Bangun Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis Web pada *Café* Surabiku”, kafe merupakan istilah untuk tempat dimana kopi atau minuman lainnya disajikan. Kafe memiliki karakteristik seperti bar atau restoran dan tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga makanan ringan ataupun makanan berat (Saputri et al., 2019). Di antara banyak industri yang berkembang di Indonesia, industri kafe ialah salah satu yang paling cepat berkembang dan diminati. Terutama setelah masa pandemi, banyak pemilik usaha yang membuka usaha di sektor makanan dan minuman seperti restoran dan kafe. Hal ini membuktikan bahwa pasar dalam sektor ini masih cukup besar dikarenakan perubahan gaya hidup masyarakat terutama di kota-kota besar. Bisnis kafe sendiri menjadi sebuah tren terutama di kalangan remaja atau anak muda, hal ini karena konsep kafe yang cocok untuk kebutuhan remaja. Seperti contohnya banyak kaum remaja atau anak muda yang suka menghabiskan waktunya di kafe bersama teman-temannya, mengerjakan tugas, dan lainnya. hal tersebut menjadikan para pemilik usaha kafe saling bersaing dalam membuat konsep bangunan dan menu makanan yang lebih kreatif untuk menarik perhatian masyarakat. Jumlah kedai kopi pada tahun 2019 meningkat 3 kali lipat dibandingkan tahun 2016 yaitu sebanyak 2.950 kedai kopi dan jumlah ini masih terus meningkat seiring berjalannya waktu (Widiati, 2020). Hal ini membuktikan bahwa kafe banyak digemari oleh masyarakat Indonesia.

Tren kafe yang tidak kalah saing salah satunya adalah kafe yang mengikuti tren Korea Selatan. Seperti yang kita ketahui, popularitas hiburan dan budaya Korea Selatan sudah berkembang sangat pesat di Indonesia. Fenomena ini disebut dengan *Korean wave* atau *Hallyu* yaitu sebuah istilah popularitas budaya, hiburan, serta tren Korea Selatan di negara lain. Istilah ini mencakup berbagai bidang yaitu musik, drama televisi, film, pakaian, hingga makanan. Indonesia sendiri merupakan rumah bagi jutaan pecinta tren korea.

Menurut (Valentina & Istriyani, 2017), salah satu penyebab masuknya budaya Korea Selatan ini ke Indonesia adalah karena adanya arus globalisasi yang terjadi. Budaya Korea ini juga mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia dikarenakan produk Korea sedang menjadi sasaran banyak orang. Budaya Korea Selatan ini pun telah mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama di kalangan remaja sehingga dapat dikatakan hampir semua hal yang menyangkut Korea Selatan memiliki peminat yang tidak sedikit. Hal tersebut bersangkutan dengan kesan masyarakat terhadap kafe berkonsep Korea Selatan yang dinilai baik.

Menurut (Sulaeman et al., 2022), dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Budaya Populer Korea Selatan Terhadap Budaya Konsumtif Pada Generasi Milenial di Jakarta”, 92,5% masyarakat Jakarta mengetahui dan mengenal budaya Korea Selatan sementara tingkat minat ketertarikan terhadap budaya Korea Selatan menunjukkan 71,3% tertarik. Hal yang membuat masyarakat Jakarta tertarik ialah mudahnya akses media sosial yang mempengaruhi minat budaya Korea pada masyarakat di Jakarta.

Budaya Korea pun termasuk makanannya sangat diminati dan disukai serta dianggap memberi warna kepada kuliner makanan yang ada di Jakarta.

**GAMBAR 1**  
*Scoop Cake*



Sumber: *Sixth Sense 3*, TvN (2022)

Satu hal yang tidak jauh dari tren Korea Selatan adalah *cakegram*. *Cakegram* sendiri merupakan sebuah konsep kue yang dimulai dari Korea Selatan. *Cakegram* adalah salah satu produk yang memadukan konsep kue dengan es krim. *Cakegram* merupakan *sponge cake* ber-layer yang disajikan dengan cara ditimbang dan di *scoop* serta disajikan menggunakan *garnish*. Kue dengan konsep ini dinilai unik karena melibatkan pelanggan serta memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk dapat menentukan sendiri jumlah kue yang ingin di konsumsinya. *Cakegram* ini dibuat dengan maksud untuk melepaskan diri dari konvensi normal dengan memadukan konsep supermarket dimana konsumen dapat dengan bebas memilih jumlah yang diinginkan. Tidak hanya itu, bentuk dari *cakegram* sendiri juga masuk ke dalam tren yang sedang berlangsung yaitu *dirty-coffee* atau *dirty-cake*. *dirty* yang dimaksud dalam istilah ini bukan berarti kotor, tetapi mengacu kepada tingkat artistik makanan atau minuman yang

disajikan dengan aneka *topping*. Berawal dari Korea Selatan, kue ini mendapatkan respon positif dari masyarakat Korea sehingga memberikan peluang untuk dijadikan konsep yang baru di Indonesia.

**GAMBAR 2**  
*Strawberry Cakegram*



Sumber: Triode.official (2022)

Menurut (Ji Hyun, 2022), merupakan hal yang baru bahwa kue yang biasa merupakan potongan polos ditata dengan lebih bebas dan terlihat lebih merata. Tidak hanya itu, terdapat juga beberapa keuntungan dari kue yang dijual per gram ini. Salah satunya adalah mengurangi sisa makanan karena jumlah kue yang dikonsumsi sesuai dengan keinginan konsumen. Pada salah satu kafe di daerah Gangnam yang menyediakan *cakegram* terdapat beragam komentar positif mulai yang memberikan respon dari segi rasa hingga yang berkomentar perihal konsep yang digunakan bahwa banyak yang menyukai ide tersebut dan menganggap ide *cakegram* ini sendiri sangat menonjol. Sehingga dengan maraknya tren *Hallyu* di Indonesia, masyarakat Indonesia akan tertarik untuk mencoba konsep yang sebelumnya belum pernah ada di Indonesia.

**GAMBAR 3**  
*Lemon Cheesecake Cakegram*



Sumber: Triode.official (2022)

Berbagai tren luar negeri masuk dan mendominasi kehidupan masyarakat di Indonesia terutama di Jakarta, sebab Jakarta merupakan ibu kota Republik Indonesia serta menjadi pusat kegiatan ekonomi nasional, politik, dan kebudayaan. Tidak hanya itu, Jakarta juga dikenal sebagai kota metropolitan dan banyak kawasan yang merupakan daerah pusat bisnis seperti salah satunya Jakarta Selatan. Oleh karena itu, Jakarta Selatan atau yang dikenal dengan sebutan *Central Business District* merupakan pilihan lokasi yang baik untuk membuka bisnis penyediaan makanan dan minuman. Dari tabel 2 dibawah dapat dilihat data pertumbuhan penduduk di DKI Jakarta dari tahun 2019 hingga 2021. Berdasarkan data tersebut, Jakarta Selatan memiliki jumlah penduduk yang cukup tinggi yaitu sebanyak 2,233 juta jiwa dan berada pada peringkat ketiga lokasi dengan jumlah penduduk terbanyak di DKI Jakarta. Tidak hanya dilihat dari segi jumlah penduduk, Jakarta Selatan juga menawarkan fasilitas yang lengkap dan aksesibilitas serta transportasi yang mudah sehingga potensi pelanggan yang datang akan

semakin tinggi.

**TABEL 2**  
Pertumbuhan Penduduk di DKI Jakarta

| Kab/ Kota              | Jumlah Penduduk (ribu) |                 |                 |
|------------------------|------------------------|-----------------|-----------------|
|                        | 2019                   | 2020            | 2021            |
| Kep Seribu             | 24,30                  | 27,75           | 28,24           |
| <b>Jakarta Selatan</b> | <b>2.264,70</b>        | <b>2.226,81</b> | <b>2.233,86</b> |
| Jakarta Timur          | 2.937,86               | 3.037,14        | 3.056,30        |
| Jakarta Pusat          | 928,11                 | 1.056,90        | 1.066,46        |
| Jakarta Barat          | 2.589,93               | 2.434,51        | 2.440,07        |
| Jakarta Utara          | 1.812,91               | 1.778,98        | 1.784,75        |
| DKI Jakarta            | 10.557,81              | 10.562,09       | 10.609,68       |

Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Tidak hanya jumlah penduduk, gaya hidup orang yang tinggal di Jakarta hingga orang asing yang tinggal di Jakarta Selatan juga menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi. Jakarta selatan dikenal dengan tempat yang memiliki interior bagus dan menjadi tujuan para anak muda yang ingin berfoto. Selain itu, ekspatriat yang tinggal di Jakarta Selatan terhitung cukup banyak. Pada tahun 2019, Unit Pengelola Statistik mencatat bahwa Jakarta Selatan memiliki jumlah ekspatriat terbanyak yaitu 1.751 jiwa (Sari, n.d.). Hal ini disebabkan karena faktor lingkungan yang mampu memfasilitasi kehidupan dengan cukup. Dengan begitu, Jakarta Selatan menjadi daya tarik tidak hanya bagi masyarakat Indonesia tetapi juga masyarakat asing.

Jakarta Selatan tepatnya di Kemang memiliki fasilitas-fasilitas yang terbilang lengkap diantaranya mall seperti *Lippo Mall Kemang*, *Kemang Village*, lalu fasilitas hotel seperti *Grand Kemang Hotel* dan *Goodrich suites*, rumah sakit *Kemang Medical Care*, serta sekolah seperti *New Zealand Intercultural School* dan *Jakarta Intercultural School*. Seperti halnya PIK yang menjadi pusat *street food* dan Gading Serpong yang menjadi pusat



*Gelato Shop*, Jakarta Selatan tepatnya di Kemang merupakan pusat bisnis kafe dimana banyak sekali bisnis kafe yang telah di buka di daerah tersebut dan menjual berbagai macam makanan dan minuman mulai dari makanan berat, salad, *pastry*, serta minuman kopi dan non-kopi.

Dari beberapa hal yang disampaikan di atas, bisnis ini dirasa cukup menjanjikan sehingga muncul ide untuk menjalankan sebuah bisnis *Cakery and Café* dimana nantinya produk utama dari bisnis ini adalah kue atau *cake*. dengan konsep *cake gram*, konsumen diberi kebebasan untuk memilih sendiri jumlah kue yang ingin dibeli dan diberi pengalaman unik dengan konsep baru dari kafe ini. Konsep *cake gram* ini dirasa akan menjadi peluang yang baik karena sejauh ini belum ada kafe yang menerapkan konsep ini. Rasa dari produk kue yang dijual pun memiliki cita rasa dari korea. Tidak hanya produk kue yang akan dijual, *Cakery & Café* yang ingin dikembangkan ini juga nantinya akan menawarkan berbagai variasi minuman kopi dan non-kopi serta pilihan *desserts* lainnya. Lokasi yang akan dipilih juga dirasa sangat menjanjikan karena tingginya jumlah penduduk serta banyaknya kafe yang dibuka menjadikan Jakarta Selatan adalah pilihan yang baik dalam membuka bisnis kafe. Berdasarkan meningkatnya jumlah kafe, tren korea yang masuk ke Indonesia, daerah Jakarta Selatan yang menjadi lokasi yang baik dalam membuka kafe, serta hadirnya konsep baru yang belum ada sebelumnya, maka dibuatnya Studi Kelayakan Bisnis dengan judul *Græmlyn Cakery and Café* di Kemang, Jakarta Selatan.

## B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan utama dari penulisan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini adalah untuk mengetahui kelayakan *Græmlyn Cakery and Café* di Jakarta Selatan layak untuk dijalankan atau tidak. Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

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

Tujuan utama Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini meliputi seluruh aspek kelayakan didirikannya sebuah bisnis, yaitu:

#### a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisa segmentasi pasar, peramalan permintaan, pesaing, dan promosi dari *Græmlyn Cakery and Café*. Serta menggunakan marketing mix atau bauran pemasaran sebagai strategi untuk memasarkan jasa atau produk yang ditawarkan di pasar.

#### b. Aspek Operasional

Menganalisa lokasi yang tepat, *layout* yang sesuai, teknologi yang tepat untuk menjalankan produksi, metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan hingga proses produksi dari *Græmlyn Cakery and Café* serta memastikan aspek-aspek ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Menganalisa rancangan organisasi, rancangan performansi, staffing, dan pengembangan pekerja dan organisasi dari *Græmlyn Cakery and Café*. Serta menentukan kelayakan tiap MSDM seperti jumlah

karyawan disertai *job description*, rencana pelatihan dan pengembangan, hingga mekanisme PHK.

d. Aspek Keuangan

Menganalisa sumber dana, estimasi pendapatan dan jenis investasi, dan proyeksi laporan keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, *breakeven point*, dan arus kas dari *Græmlyn Cakery and Café*.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi di bidang makanan dan minuman terutama di daerah Jakarta Selatan
- b. Memberikan pengalaman baru bagi konsumen
- c. Memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat
- d. Memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pembuatan studi kelayakan bisnis bagi pembaca

**C. Metodologi**

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013), Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Tanpa pengetahuan tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak dapat memperoleh data yang sesuai dengan standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilaksanakan di lingkungan yang berbeda, sumber yang berbeda, dan dengan cara yang berbeda.

1. Data Primer

Pengertian data primer menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber primer atau tempat subyek penelitian dilakukan. Data primer dapat dikumpulkan melalui wawancara, survey, eksperimen, dan sebagainya. Sumber data

primer biasanya dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian tertentu. Berikut adalah beberapa metode yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data primer untuk menguji kelayakan studi bisnis *Græmlyn Cakery and Café*:

a. Kuesioner

Menurut Purwanto (Purwanto, 2018), Kuisisioner adalah alat penelitian yang umum digunakan untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana responden disajikan dengan serangkaian pertanyaan atau tanggapan tertulis. Kuesioner termasuk teknik pengumpulan data yang efisien. Ketika peneliti tahu persis variabel apa yang akan diukur dan yang diharapkan dari responden. Survei ini juga cocok bila jumlah responden sangat besar dan tersebar luas. Survei dapat dalam bentuk pertanyaan tertutup atau terbuka yang diberikan secara pribadi kepada responden atau dikirim melalui surat atau melalui internet. Sugiyono juga menambahkan bahwa terdapat 2 tipe pertanyaan pada kuesioner, yaitu:

1) Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang meminta responden untuk menuliskan jawaban berupa penjelasan tentang sesuatu.

Biasanya jawaban yang diberikan oleh responden berupa uraian dan bersifat sangat luas.

2) Pertanyaan tertutup

Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang mengharapkan

jawaban singkat atau mengharuskan responden untuk memilih jawaban yang berbeda dari setiap pertanyaan yang tersedia di kuesioner. Setiap pertanyaan dalam kuesioner yang menginginkan jawaban berupa data nominal, ordinal, interval, dan ratio merupakan pertanyaan tertutup. Pertanyaan tipe ini akan membantu responden merespon dengan cepat dan juga akan memudahkan peneliti dalam menganalisis data dari seluruh kuesioner yang telah dikumpulkan.

b. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati secara sistematis subjek penelitian dan memperoleh data penelitian melalui panca indera serta memberikan hasil yang lebih komprehensif (Purwanto, 2018). Teknik pengumpulan data melalui observasi digunakan bila penelitian berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, manifestasi alam, dan responden yang diamati tidak terlalu luas. Dari segi proses pengumpulan data, (Sugiyono, 2013) membagi observasi menjadi dua yaitu :

1) Observasi Berperan Serta (*participant observation*)

Saat peneliti melakukan observasi, mereka berpartisipasi dalam apa yang dilakukan sumber data, terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh orang yang diamati serta berbagi suka dan duka. Observasi partisipatif ini membuat data yang diperoleh lebih lengkap dan akurat.

2) Observasi Nonpartisipan

Berbanding terbalik dengan observasi berperan serta, observasi

nonpartisipan ini merupakan kegiatan observasi dimana peneliti tidak berpartisipasi dan hanya berperan sebagai pengamat independen. Observasi tipe ini dibagi lagi menjadi 2 bagian, antara lain:

a) Observasi Terstruktur

Observasi atau pengamatan terstruktur adalah pengamatan yang dirancang secara sistematis tentang apa, kapan, dan di mana diamati. Observasi terstruktur dilakukan Ketika peneliti tahu pasti variabel mana yang diamati. Saat melakukan observasi, peneliti menggunakan alat penelitian yang telah teruji validitas dan realibilitasnya. Pedoman yang dapat digunakan dalam melakukan observasi antara lain pedoman wawancara terstruktur atau kuesioner tertutup.

b) Observasi Tidak Terstruktur

Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dirancang secara sistematis. Hal ini terjadi karena peneliti tidak mengetahui secara pasti apa yang sedang diamati atau variabel pengamatannya. Saat melakukan observasi, peneliti tidak menggunakan peralatan yang baku, hanya penanda observasi saja.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) , data sekunder adalah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data melainkan lewat orang lain maupun lewat dokumen. Sumber data sekunder dapat berasal dari jurnal, buku, publikasi pemerintah, dan sumber lain yang

mendukung. Data sekunder biasanya dapat berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi.

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

##### **1. Definisi restoran**

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No.11 tahun 2014, Restoran adalah jenis industri penyediaan makanan dan minuman, dan dari perspektif peningkatan kualitas produk, layanan, dan manajemen, dan peningkatan daya saing industri restoran, pengoperasian industry restoran harus memenuhi standar bisnis. Restoran juga memainkan peran yang penting dalam kehidupan dan gaya hidup masyarakat. Restoran merupakan bisnis yang menguntungkan karena restoran yang sukses dapat meraup keuntungan yang tinggi dan disebut juga sebagai tempat pertukaran sosial untuk memuaskan kebutuhan orang-orang dengan kebutuhan sosialisasi yang tinggi (Walker, 2014).

##### **2. Klasifikasi restoran**

Restoran dapat terbagi menjadi beberapa klasifikasi tergantung jenis restorannya. Tidak sedikit pula restoran yang masuk ke dalam lebih dari satu kategori. Walker (Walker, 2014) membagi restoran ke dalam dua tipe utama restoran, yaitu *independent restaurants* (restoran mandiri) dan *chain restaurants* (restoran jaringan), serta *franchised restaurants* (restoran waralaba). Restoran mandiri merupakan restoran yang biasanya lebih mudah untuk dibuka dan pemilik bisnis restoran ini bebas untuk melakukan apapun terhadap restorannya biasanya restoran mandiri akan bertumbuh menjadi restoran jaringan kecil dan memiliki

kemungkinan dibeli oleh perusahaan yang lebih besar untuk mengelola restoran tersebut. Sedangkan restoran waralaba merupakan restoran yang memiliki risiko kecil dibanding restoran independent. Hal ini karena restoran yang dijalankan sudah memiliki nama atau merek dagang. Kemudian, Walker mengklasifikasikan restoran terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

a. *Family Restaurants*

*Family Restaurants* adalah restoran yang bersifat informal dan biasanya memiliki menu serta layanan yang simpel dibandingkan dengan tipe restoran lainnya. kebanyakan restoran keluarga ini tidak menawarkan minuman beralkohol tetapi ada pula yang menawarkan.

b. *Casual Restaurants*

Restoran casual adalah restoran dengan suasana santai yang populer dengan tren yang ada. Umumnya jenis restoran ini menyajikan makanan yang tidak terlalu mahal dan menyediakan variasi makanan untuk konsumsi sendiri maupun untuk berbagi.

c. *Fine-Dining Restaurants*

Restoran *Fine dining* adalah restoran yang menyediakan makanan, minuman, serta layanan dengan harga yang mahal dan kualitas yang tinggi. Banyak pelanggan yang datang untuk merayakan acara khusus seperti acara pernikahan, ulang tahun, maupun kepentingan bisnis. Restoran tipe ini biasanya memiliki tempat duduk kurang dari 100 supaya dapat memberikan perhatian dan pengalaman terbaik kepada pelanggannya.



d. *Hotel Restaurants*

Seperti namanya, *Hotel Restaurants* merupakan restoran yang berada di dalam hotel dan biasanya menyajikan sarapan, makan siang, dan makan malam sepanjang minggu.

e. *Steakhouses*

*Steakhouses* merupakan restoran yang menyajikan *steak* sebagai menu utamanya dan menawarkan layanan yang bervariasi tergantung pada restorannya.

f. *Seafood Restaurants*

*Seafood Restaurants* adalah restoran yang menyajikan makanan laut sebagai menu utamanya.

g. *Ethnic Restaurants*

Restoran etnis merupakan restoran yang menawarkan sajian khusus daerah atau budaya tertentu seperti contohnya restoran Meksiko, restoran Italia, dan restoran Asia. Tidak hanya makanannya, restoran etnis juga biasa menghias tempatnya dengan berbagai macam souvenir dan barang-barang khas daerah tertentu.

h. *Theme Restaurants*

*Theme Restaurants* adalah restoran yang memiliki tema berbeda mulai dari dekorasi tempatnya hingga makanannya. Contohnya adalah restoran yang bertema Hollywood, olahraga, ekologi, waktu (jaman dahulu/retro), dan bertema liburan (kereta, pesawat, kapal).

i. *Coffee Shops*

*Coffee Shops* yaitu sebuah toko yang menjual minuman kopi serta minuman lain seperti teh, coklat, dan lainnya. Tidak hanya menjual

minuman saja, *coffee shops* juga biasanya menjual makanan ringan seperti *snacks* dan *desserts*.

j. *Bakery-café*s

*Bakery-café*s merupakan toko yang menawarkan berbagai macam produk roti dan kue. Ada beberapa *bakery-café*s yang hanya melayani *take-out*, adapun yang menyediakan tempat duduk bagi pelanggan yang ingin bersantai sambil menikmati santapan.

k. *Cakery*

*Cakery* merupakan toko kue yang membuat dan menawarkan berbagai macam kue termasuk *muffin*, *cupcake*, dan *sponge cake*.

3. Sistem pelayanan restoran

Menurut Cousins (Cousins et al., 2014), sistem pelayanan restoran terbagi menjadi 5, antara lain:

a. *Table Service*

*Table Service* merupakan sistem pelayanan restoran dimana tamu duduk di kursi menghadap ke meja makan kemudian makanan dan minuman diantar dan disajikan kepada tamu.

Sistem pelayanan restoran ini sudah terkenal dan meliputi : *French Service*, *English Service*, *American Service*, *Service Ala Ritz*, dan *Russian Service*.

b. *Self-service*

*Self-service* merupakan jenis layanan dimana tamu mengambil makanan dan minuman mereka sendiri dari tempat atau *counter* yang disediakan. Ada beberapa jenis *self-service* antara lain :

1) *Counter services*, pelanggan mengantri dan memilih menu

yang mereka inginkan. baru setelah itu mengambil makanannya dan melakukan pembayaran pada titik terakhir antrian. Jenis layanan seperti ini biasa digunakan di cafetaria.

2) *Free-flow*, pelanggan bisa mengambil makanan di beberapa tempat secara bebas tanpa jalur yang ditentukan.

c. *Assisted Service*

*Assisted service* adalah jenis pelayanan dimana beberapa bagian makanan disajikan ke meja tamu dan beberapa makanan diambil sendiri oleh tamu. Pelayanan ini adalah gabungan dari *table services* dan *self-services*. Biasanya *assissted service* dipakai saat sarapan di restoran yang berada di hotel.

d. *Single Point Service*

*Single Point Service* merupakan jenis pelayanan dimana pelanggan memesan, membayar, dan mengambil makanannya dari satu titik saja biasanya di sebuah *counter*. Adapun beberapa tempat yang menggunakan jenis layanan ini seperti *takeaways*, *food courts*, dan *vending machine*.

4. Definisi *desserts*

*desserts* disebut juga sebagai makanan penutup. Sesuai dengan namanya, hidangan ini merupakan hidangan yang disajikan sebagai hidangan penutup setelah hidangan utama (*main course*). Makanan penutup biasanya memiliki rasa yang manis dan menyegarkan, ada kalanya asin atau keduanya. Pada awal mulanya, makanan penutup yang disajikan berupa buah tanpa pengolahan apapun. Seiring berjalannya waktu, hidangan penutup mulai berubah, menggabungkan beberapa dasar

kuliner seperti kue, tart, dan es krim dengan saus, buah, sirup, dan krim untuk menciptakan hidangan yang lezat dan menarik. Hidangan penutup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu hidangan penutup dingin atau *cold desserts* dan hidangan penutup panas atau *hot desserts*. Sesuai dengan namanya, *cold desserts* disajikan pada suhu dingin seperti contohnya yaitu es krim, puding, *fruit pie*, *cake*, *mousses*, dan lainnya. sedangkan *hot desserts* disajikan pada temperatur panas seperti *banana flambe*, *souffles*, *apple pie*. (Angelita et al., 2019)

#### 5. Definisi *cake*

Menurut (Putri et al., 2021), *Cake* atau kue adalah adonan yang dipanggang dengan bahan dasar tepung, gula, telur dan lemak. *Cake* merupakan salah satu *dessert* yang memiliki ciri khas rasa manis dan tekstur yang lembut. Dalam proses pembuatannya, bahan-bahan yang digunakan yaitu:

##### a. Bahan Utama

- 1) Tepung terigu merupakan bahan yang Menyusun komposisi kue dan mencegah bahan lain hancur. Tepung terbaik untuk digunakan dalam membuat kue adalah tepung lunak dengan kandungan protein 7-9% dan tekstur halus dengan pH sekitar 5,2.
- 2) Gula pasir biasanya digunakan dalam pembuatan kue karena digunakan untuk pemanis. Ciri-ciri gula yang bagus untuk digunakan sebagai bahan kue adalah yang berbutir halus, karena dapat meratakan dan melembutkan kue.
- 3) Lemak yang biasa digunakan dalam pembuatan kue adalah mentega, margarin atau minyak. Fungsi lemak adalah untuk

mengawetkan kue, mempertahankan nilai gizinya, menambah rasa pada kue, dan melembutkan kue. Lemak membantu mempertahankan cairan dalam kue yang telah di oven.

- 4) Telur merupakan bahan penting dalam membuat kue. Telur dan tepung menyediakan kerangka kue dan mereka juga memberikan kelembapan (75% kelembapan dan 25% padatan) untuk melunakkan kue. Lesitin dalam kuning telur memiliki daya pengemulsi dan lutein memberi warna pada produk. Telur yang digunakan adalah telur segar dengan pH antara 7 - 7,5, tidak dingin, tidak retak sebelum digunakan.

b. Bahan Tambahan

- 1) Susu yang digunakan untuk membuat kue bisa berupa susu bubuk, susu kental manis atau susu biasa. Susu bubuk dapat menambah rasa dan aroma, dan merupakan bahan dengan sifat retensi cairan yang sangat baik. Sedangkan kelembapan dalam susu cair menambah rasa lezat pada kue.
- 2) Pengembang adalah bahan yang digunakan untuk membentuk adonan kue. Pengembang yang umum digunakan termasuk *baking powder*. *Baking powder* adalah pengembang yang umum digunakan dan bertindak sebagai agen aerasi/pengembang untuk meningkatkan rasa dan memperbaiki warna remah-remah. *Baking powder* biasanya bereaksi saat dikocok dan bila dipanaskan.

## 6. Sejarah *cake*

*Cakes* dan *sponge cake* sebetulnya berasal dari daratan Eropa kemudian diperkenalkan ke masyarakat Indonesia oleh Belanda pada masa colonial, contohnya *Sachertorte* (Austria), *Dovos Torte* (Hungaria), *Fruitcake* (Jerman), *Torta Genovese* (Italia), dan lainnya. Kue pertama kali dikenal oleh orang Mesir Kuno. Cara pengolahan dan bahannya sangat sederhana dan diperuntukan untuk upacara keagamaan. Saat ini, kualitas dan rasa kue telah banyak berubah. Manusia menjadi lebih cerdas, menambahkan dan mencampur bahan dan rasa yang berbeda, sehingga ada banyak variasi kue hari ini (Afriansyah & Andriani, 2013).

## 7. Aplikasi konsep bisnis

*Græmlyn Cakery and Café* merupakan sebuah bisnis di bidang makanan dan minuman yang berfokus dalam menyajikan *cake gram* yaitu kue yang dijual dengan jumlah sesuai keinginan konsumen sebagai produk utamanya. Selain menyediakan *cake gram*, *Græmlyn Cakery and Café* juga menyediakan aneka makanan penutup lainnya serta minuman kopi dan non-kopi. Sistem pelayanan yang diterapkan di *Græmlyn Cakery and Café* adalah *single point service* atau dapat juga disebut *counter service* dimana pelanggan dapat melakukan pemesanan dan pembayaran di *counter* dan pelanggan akan mengambil makanan yang telah dipesan di *counter* yang sama. Pelanggan dapat dengan bebas memilih jenis kue yang diinginkan beserta dengan jumlah yang diinginkan dengan minimal 100 gr. *Græmlyn Cakery and Café* tidak lupa menyediakan hand sanitizer atau wastafel untuk mencuci tangan agar protokol kesehatan dapat tetap terjaga di masa pandemi ini.