

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Salah satu sektor dalam industri pariwisata yang terus berkelanjutan adalah industri makanan dan minuman. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting bagi semua individu (Lianis et al., 2023). Secara umum industri makanan dan minuman adalah semua organisasi atau pelaku usaha yang terlibat dalam kegiatan pengolahan bahan makanan, pengemasan, hingga pendistribusian beraneka ragam makanan dan minuman hingga sampai ke tangan konsumen akhir. (Garvey, Dismore, & Dismore, 2019) mendefinisikan industri makanan dan minuman sebagai sektor usaha yang terintegrasi dengan industri perhotelan, dimana fokusnya adalah menyediakan makanan dan minuman untuk kebutuhan hotel atau dijalankan sebagai bisnis komersial.

Industri layanan makanan dan minuman adalah sebuah bidang jasa yang melibatkan beberapa aspek-aspek seperti menyediakan menu, mengambil pesanan, mempersiapkan dan mengolah makanan, menyajikan makanan dan minuman, serta menjaga kebersihan dan kualitas layanan. Restoran, *café*, *bakery*, gerai makanan cepat saji, katering transportasi, dan sebagainya, adalah contoh dari industri layanan makanan dan minuman.

Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang terus mengalami perkembangan pesat berkat inovasi-inovasi yang terus muncul dan adaptasi terhadap tren-tren konsumen. Namun, bukan hanya sebatas

perkembangan dalam hal inovasi, pasar industri makanan dan minuman itu sendiri juga mengalami perkembangan yang signifikan.

TABEL 1
Pertumbuhan Produk Domestik Bruto
Industri Penyedia Makanan dan Minuman Tahun 2017-2022

Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	9,23%	7,91%	7,78%	1,58%	2,54%	4,90%

Sumber: bps.go.id (2023)

Berdasarkan data yang tertera pada Tabel 1, kita dapat melihat bagaimana industri makanan dan minuman memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional selama periode tahun 2017 hingga 2022. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, industri makanan dan minuman secara konsisten mencatat pertumbuhan PDB konsisten di atas 7% setiap tahunnya selama tahun 2016-2019, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 8,31% sebelum wabah Pandemi Covid-19 melanda. Tahun 2021 dan 2022 juga mencatat peningkatan yang menggembirakan dengan pertumbuhan PDB sebesar 2,54% dan 4,90% setelah menghadapi tantangan pada tahun 2020 yang mencapai angka pertumbuhan 1,58%.

Informasi lain yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu rata-rata pengeluaran per kapita sebulan penduduk Indonesia pada September 2022 sebesar Rp 1.392.992. Artinya secara rata-rata, setiap penduduk Indonesia menghabiskan sebanyak Rp 1.392.992 dalam sebulan untuk kegiatan konsumsi

dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dari angka tersebut, sebanyak Rp 700.966 merupakan pengeluaran per kapita sebulan untuk komoditas makanan, hampir tiga kali lipat dibanding komoditas lainnya

TABEL 2
Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal (Rupiah), September 2022

Kelompok Komoditas	Daerah Tempat Tinggal		
	Urban	Rural	Urban & Rural
Padi-padian	69.894	80.617	74.423
Umbi-umbian	7.735	10.449	8.882
Ikan/Undang/Cumi/Kerang	62.211	55.374	59.323
Daging	39.859	26.547	34.236
Telur dan Susu	45.241	28.546	38.190
Sayur-sayuran	61.653	59.844	60.889
Kacang-kacangan	16.239	13.342	15.015
Buah-buahan	45.345	32.912	40.094
Minyak dan Kelapa	18.755	19.424	19.037
Bahan Minuman	20.337	21.217	20.708
Bumbu-bumbuan	15.961	14.522	15.353
Bahan Makanan Lainnya	13.958	12.045	13.150
Makanan dan Minuman Jadi	255.790	161.663	216.034
Rokok dan Tembakau	86.282	88.842	85.630
Makanan/Food	756.260	625.343	700.966

Sumber: bps.go.id (2023)

Sekali lagi, data dari kedua tabel tersebut menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman tidak hanya bertahan, tetapi juga terus tumbuh, bahkan dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi dan kesehatan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa memulai bisnis yang terkait dengan industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sebuah peluang yang sangat menjanjikan dan berpotensi menguntungkan.

TABEL 3
 Pengeluaran Mingguan Rata-Rata Per Kapita Tangerang menurut
 Kelompok Makanan dan Minuman Jadi (Rupiah/Kapita/Minggu)

Jenis Makanan dan Minuman Jadi	2020	2021	2022	Persentase Pertumbuhan di 2022
Roti Tawar	526	591	606	2.5 %
Roti Manis	2949	2605	3166	21.5 %
Kue Kering	1320	1169	1268	8.5 %
Kue Basah	2065	2010	2256	12.2 %
Minuman Jadi (Kopi, Teh, Susu Coklat, dsb)	2248	2062	2915	41.4 %
Es Krim	981	1016	1123	10.5 %
Es Lainnya	2093	1830	2049	12 %

Sumber: bps.go.id (2023)

Tabel 2 memberikan informasi mengenai rata – rata pengeluaran per kapita sebulan menurut kelompok komoditas makanan dan minuman jadi, dilanjutkan dengan Tabel 3 diatas yang memberikan penjabaran menurut jenis makanan dan minuman, maka bisa dilihat bahwa kelompok makanan dan minuman yang bersifat manis seperti roti manis, kue basah dan minuman manis memiliki pertumbuhan yang signifikan di tahun 2022.

Masyarakat Indonesia dikenal sebagai individu yang cenderung konsumtif dan memprioritaskan kebutuhan dasar, termasuk kebutuhan makanan yang sangat esensial untuk kelangsungan hidup. Seiring dengan perkembangan zaman, makanan telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam berbagai jenis, variasi, dan cara konsumsinya (Setiawan, 2014).

Pengaruh globalisasi telah menyebabkan masyarakat Indonesia semakin terbuka dan mengapresiasi masakan internasional seperti Jepang, Thailand, India, Prancis, dan masakan dari negara-negara lainnya (Wijaya, 2019). Tidak hanya jenis masakan saja yang berkembang, tetapi inovasi dan ide – ide kreatif serta *trends* mulai muncul di Indonesia. *International Fine Dining, Tasting Menu, Rooftop Bar, Casual Dining, Health-Conscious Desserts, Vegan and Plant-Based Desserts, Unique Dessert Café* adalah beberapa contoh dari fenomena – fenomena yang ada di industri makanan dan minuman.

Dessert merupakan salah satu hidangan yang paling digemari oleh masyarakat di Indonesia. Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang menunjukkan bahwa konsumsi makanan dan minuman kategori *dessert* di Indonesia meningkat sebesar rata – rata 15,5% pada tahun 2022. Hal ini terbukti juga dengan banyaknya restoran *casual dining* dan kafe yang menyediakan berbagai macam *dessert*. *Soupanova Ecosky, SKYE, Monsieur Spoon, Don Bakeshop, Butterman, Bakerman, Paris Baguette* adalah contoh – contoh restoran *casual dining* dan *café* yang dikenal Masyarakat. Namun, masih sedikit bisnis yang menawarkan konsep *3-course set menu* yang berfokus pada *dessert*. Konsep ini memiliki potensi untuk menarik minat konsumen, karena menawarkan pengalaman menyantap *dessert* yang lebih lengkap dan variatif.

Pemilihan lokasi dari sebuah bisnis juga krusial dan harus mempertimbangkan seberapa menjanjikan lokasi tersebut dalam mengembangkan bisnis. Berikut adalah tabel perbandingan antara laju

pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum antar provinsi:

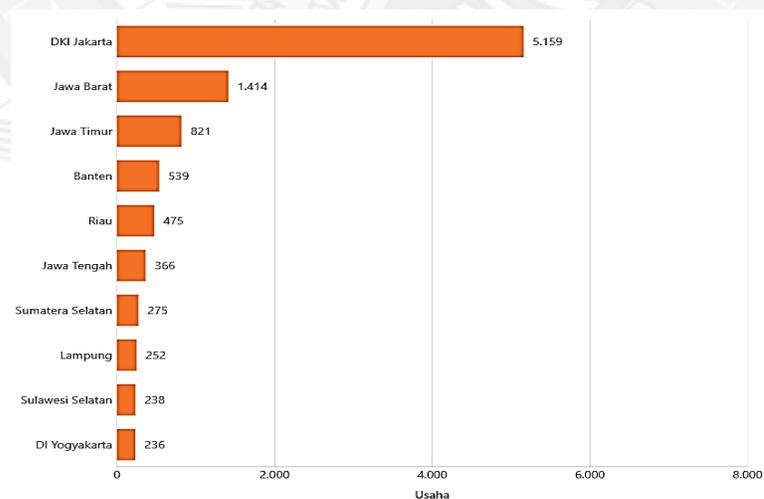
TABEL 4
 Laju Pertumbuhan PDRB Atas Dasar Harga Konstan 2010
 Menurut Kategori Lapangan Usaha Akomodasi & Makan Minum
 Antar Provinsi (Persen), 2021-2022

Provinsi	2021	2022
DKI Jakarta	8,99	9,31
Jawa Barat	-0,04	11,27
Banten	4,30	8,09

Sumber: bps.go.id (2023)

Dari data pada tabel diatas, bisa dilihat bahwa pada kategori lapangan usaha akomodasi dan makan minum bahwa provinsi Jawa Barat memiliki laju pertumbuhan paling tinggi namun tidak stabil. Untuk provinsi DKI Jakarta memiliki laju pertumbuhan yang cukup tinggi dan stabil. Sedangkan untuk provinsi Banten, laju pertumbuhannya juga cukup tinggi di tahun 2022.

GAMBAR 1
 10 Provinsi Dengan Jumlah Usaha Penyedia
 Makanan & Minuman Terbanyak



Dari data pada Tabel 4 dan juga grafik diatas bisa dilihat bahwa meskipun Jawa Barat dan DKI Jakarta memiliki laju pertumbuhan yang tinggi menurut kategori lapangan usaha akomodasi & makan minum, hal tersebut juga bersamaan dengan data bahwa Jawa Barat dan DKI Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah usaha penyedia makanan dan minuman terbanyak nomor satu dan dua di Indonesia.

Dengan begitu, provinsi Jawa Barat dan DKI Jakarta memiliki tingkat jenuh atau saturasi yang tinggi apabila ingin membuka usaha di bidang makan dan minum. Maka, pilihan yang terbaik adalah provinsi Banten yang memiliki laju pertumbuhan yang cukup signifikan dan memiliki tingkat kejenuhan yang tidak terlalu tinggi.

TABEL 5
Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto
Menurut Kabupaten di Provinsi Banten (persen), 2018–2022

Kabupaten	2020	2021	2022
Pandeglang	-0,67	3,10	3,42
Lebak	-0,91	3,18	3,86
Tangerang	-3,76	4,70	5,47
Serang	-2,73	3,74	5,04

Sumber: bps.go.id (2023)

Kabupaten Tangerang mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Dengan adanya pusat-pusat perbelanjaan, kompleks perumahan, dan berbagai perkantoran yang terus berkembang, pendapatan penduduk Kabupaten Tangerang meningkat secara keseluruhan. Pertumbuhan ini ada keterkaitannya dengan wilayah metropolitan Jabodetabek. Faktor seperti kebijakan pembangunan infrastruktur, pusat perbelanjaan, pusat bisnis, dan sektor

industri telah mendukung pertumbuhan ekonomi di wilayah ini. Ini mengindikasikan potensi peningkatan daya beli konsumen di daerah ini.

TABEL 6
Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten
di Provinsi Banten (ribu), 2020–2022

Kabupaten	Jumlah Penduduk (Jiwa)		
	2020	2021	2022
Pandeglang	1.272,7	1.288,3	1.307,1
Lebak	1.386,8	1.407,9	1.433,9
Tangerang	3,245,6	3.293,5	3.352,5
Serang	1.622,6	1.647,8	1.678,9

Sumber: bps.go.id (2023)

Kabupaten Tangerang juga merupakan kecamatan dengan jumlah pertumbuhan penduduk yang cukup signifikan sehingga masih ada peluang yang tinggi untuk membangun bisnis restoran dessert di Kabupaten Tangerang.

Generasi merupakan perkembangan sosial dimana terdapat suatu perkumpulan yang memiliki kesamaan usia dan wawasan (Komalasari et al., 2022). Generasi milenial merupakan generasi yang sangat dekat dengan dunia digital karena menjadikan digital sebagai ruang pribadinya dalam mengakses, mendapatkan, membagikan informasi yang mereka temui di internet. Generasi ini, yang saat ini berusia antara 23 hingga 43 tahun, lahir pada periode tahun 1980 hingga awal 2000-an, yang juga dikenal sebagai generasi yang lahir setelah tahun 1980 (S. Sari, 2019). Generasi Z atau pascamillennial ini adalah kelompok muda yang lahir dari rentang tahun 1996 hingga 2010 (Pratikto & Kristanty, 2018).

TABEL 7
 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur
 dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tangerang, 2022

Kelompok Umur	Jenis Kelamin/Gender		
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
20-24	142.795	139.779	282.574
25-29	153.752	150.618	304.370
30-34	154.477	146.480	300.957
35-39	146.091	140.205	286.296

Sumber: bps.go.id (2023)

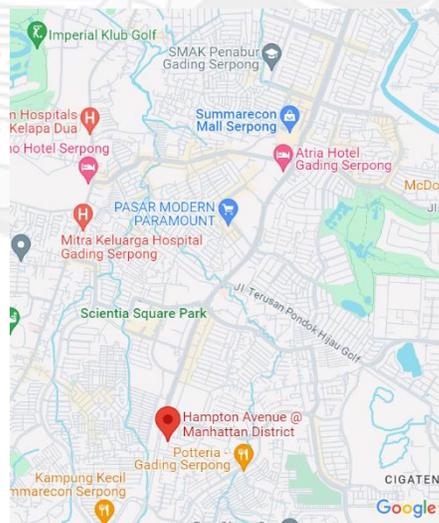
Dari tabel diatas, bisa dilihat bahwa Kabupaten Tangerang juga memiliki populasi generasi milenial dan generasi Z yang signifikan. Pemasar saat ini lebih tertarik pada Generasi Z karena mereka merupakan segmen konsumen yang diminati. Alasannya adalah karena jumlah Generasi Z di seluruh dunia sangat signifikan dan mereka memiliki kapasitas finansial yang kuat untuk berbelanja dan lebih berani dalam mencoba hal baru (Angela & Paramita, 2020). Generasi ini cenderung lebih eksperimental dalam hal makanan dan mencari pengalaman yang unik. Tidak hanya itu, perubahan gaya hidup masyarakat telah menciptakan peluang baru dalam industri kuliner. Masyarakat semakin terbuka terhadap pengalaman kuliner yang berbeda, terutama dalam hal mencicipi *dessert* premium.

Menurut Tjiptono (2007) kunci utama dalam pengembangan sebuah restoran adalah lokasi. Lokasi ini sangat erat kaitannya dengan potensi pasar di mana restoran dapat menjangkau pelanggan dan sebaliknya. Dalam menentukan lokasi bisnis, terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan, seperti akses yang mudah dijangkau, terlihatnya lokasi, tingkat lalu lintas yang

tinggi, fasilitas parkir yang luas dan aman, ketersediaan ruang untuk pertumbuhan bisnis, suasana lingkungan yang mendukung operasi makanan dan minuman, tingkat persaingan di lokasi tersebut, dan elemen-elemen lain yang relevan. Berdasarkan teori tersebut Gading Serpong menjadi lokasi yang berpotensi untuk industri makanan dan minuman.

Lokasi yang dipilih untuk membuka bisnis adalah Hampton Avenue Gading Serpong. Hampton Avenue memiliki lokasi yang sangat strategis dan premium karena berada di dalam Kawasan Commercial Manhattan District dan terletak di jalan Main Boulevard Gading Serpong. yang terhubung langsung dengan akses menuju BSD. Lokasi ini dipilih karena saat ini daerah ini mengalami pertumbuhan pesat dalam industri makanan dan minuman, dan area ini berada dalam jarak dekat dengan *mall* baru yang bernama Carstensz, serta dekat dengan hotel berbintang yaitu Episode dan JHL Solitaire.

GAMBAR 2
Peta Lokasi Hampton Avenue



Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Diatas adalah gambar peta dari lokasi yang dipilih yaitu Hampton Avenue yang berada di dalam Kawasan Commercial Manhattan District dan terletak di jalan Main Boulevard Gading Serpong.

Bisnis ini akan mengambil jenis dessert café dengan atmosfer serta *ambiance* elegan dan berkelas. Konsep utama *dessert café* ini adalah menyediakan layanan makanan dan minuman yang berfokus pada *3-course set menu* yang hanya terdiri dari *platted desserts*. Setiap dari *course* makanan set menu akan mengandung bahan minuman alkohol. Tidak hanya set menu saja, *dessert café* ini juga menyediakan menu *a la carte dessert* yang non-alkoholik dan makanan ringan/ *light bites* untuk disertai minuman beralkohol. Bisnis ini juga akan berkolaborasi dengan berbagai *pastry chef* ternama untuk menghadirkan menu yang baru dan menjadi ciri khas dari *chef* tersebut. Kolaborasi tersebut bertujuan untuk menjadi daya tarik kepada pelanggan karena kolaborasi semacam ini bersifat sementara atau terbatas, sehingga menciptakan nuansa eksklusivitas. Pelanggan dapat merasa istimewa karena memiliki akses ke menu dan kreativitas koki yang mungkin tidak selalu tersedia.

Bisnis ini dalam upaya untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (*dining experience*), Typsweet Dessert Café & Bar dengan bangga memperkenalkan dua kegiatan unggulan yang akan menjadi bagian integral dari pengalaman unik di Typsweet Dessert Café & Bar. Pertama, Typsweet Dessert Café & Bar menghadirkan *Interactive Dessert Tasting Events*, suatu kegiatan yang memungkinkan pelanggan menjelajahi berbagai hidangan penutup unggulan dalam porsi kecil, semuanya disertai dengan minuman beralkohol

yang dipilih dengan cermat untuk memperkaya rasa. Karyawan yang terlatih tidak hanya akan memandu pelanggan melalui proses menikmati hidangan penutup ini, tetapi juga berbagi cerita inspiratif di balik setiap karya kuliner. Typsweet Dessert Café & Bar percaya bahwa ini bukan hanya tentang mencicipi, tetapi juga tentang menyelami kreativitas dan kisah di setiap suapan.

Kedua, akan dihadirkan *Tablesides Mixology Experiences*, suatu pengalaman yang menggabungkan seni mixology dengan hiburan langsung. Para bartender akan menyajikan dan menjelaskan proses pembuatan koktail di meja pelanggan, membeberkan cerita di balik setiap kreasi yang disajikan. Interaksi pribadi ini bukan hanya menyuguhkan pengalaman lezat tetapi juga memvisualkan proses kreatif di balik setiap minuman. Dengan kegiatan *Tablesides Mixology Experiences*, itu tidak hanya memberikan nilai tambah pada kunjungan pelanggan, tetapi juga menciptakan kenangan tak terlupakan yang akan terus dikenang.

Typsweet adalah nama yang dipilih sebagai nama bisnis restoran ini. Nama itu berasal dari dua elemen yang ada di konsep restoran ini. “Typ” diambil dari kata “*Tipsy*” yang memiliki arti “agak mabuk” serta mengacu pada minuman alcohol yang digabungkan ke setiap makanan, dan *Sweet* yang menggambarkan makanan utama yang ditawarkan di restoran ini yaitu *desserts*. Oleh karena itu, maka nama Typsweet Dessert Café & Bar digunakan untuk Studi Kelayakan Bisnis ini.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang ada dalam bisnis Typsweet Dessert Café & Bar untuk menentukan apakah bisnis Typsweet Dessert Café & Bar layak atau tidak untuk dijalankan.

Tujuan – tujuan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

Mencakup beberapa aspek yang kelayakan bisnis yang berkaitan dengan rencana pembuatan sebuah bisnis, yaitu:

a. Aspek Pemasaran

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

b. Aspek Operasional

- 1) Menganalisis pemilihan lokasi, fasilitas, dan kebutuhan ruang operasional bisnis.
- 2) Menganalisis prosedur kegiatan operasional bisnis.

c. Aspek Organisasi

- 1) Menganalisis struktur organisasi bisnis.

d. Aspek Sumber Daya Manusia

- 1) Menganalisis jumlah dan kualitas sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam bisnis.
- 2) Menganalisis program pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia dalam bisnis.

e. Aspek Keuangan

- 1) Menganalisis modal awal dan modal operasional yang dibutuhkan dalam bisnis.
- 2) Menganalisis prospek pendapatan dan pengeluaran bisnis.

2. Sub Tujuan (*Minor Objective*)

Mencakup tujuan-tujuan lain yang ingin dicapai dari pembuatan bisnis, yaitu:

- a. Mendapatkan keuntungan dari operasional bisnis
- b. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.
- c. Berkontribusi dalam pertumbuhan jumlah restoran di Tangerang
- d. Memperkenalkan konsep baru *set menu dessert* dan *alcohol pairing* kepada masyarakat Indonesia.
- e. Memperlihatkan arsitektur modern dan elegan melalui desain bangunan dan interior dari restoran
- f. Menyediakan varian makanan dan minuman baru untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan variasi makanan yang beragam kedepannya.

C. Metodologi

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asalnya. Data ini biasanya digunakan untuk menghasilkan informasi yang akurat sesuai dengan kondisi sebenarnya. Hal ini membuat informasi yang dihasilkan dapat digunakan secara efektif dalam pengambilan keputusan (Pramiyati et al., 2017). Data primer bisa didapatkan melalui kuesioner, wawancara dan observasi dengan tujuan penelitian tertentu.

Dalam penulisan studi kelayakan bisnis ini, data primer diperoleh melalui teknik pengumpulan data, yaitu:

a) Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah proses yang melibatkan sejumlah pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan laporan tentang pribadi responden atau pengetahuannya tentang suatu hal. Kuesioner digunakan sebagai metode pengambilan informasi yang penting dalam menyelidiki tujuan utamanya (Ismail & Al Bahri, 2019).

Salah satu metode yang semakin relevan dalam menyebarkan kuesioner adalah melalui bentuk digital menggunakan media internet. Responden akan lebih mudah mengakses jika disebarluaskan melalui internet. Keuntungan lainnya adalah kemampuan untuk menyebarkan kuesioner dalam jumlah besar dalam waktu singkat. Selain itu, biaya

yang dikeluarkan juga lebih rendah dibandingkan dengan metode penyebaran kuesioner lainnya. Menurut hasil survei *Google Trends*, *Google Forms* memiliki jumlah pengguna terbanyak sebesar 48%, diikuti oleh *SurveyMonkey* dengan 20%, kemudian *Typeform*, *Zoho Survey*, dan *Survey Gizmo* dengan rata-rata 10% dalam periode 5 tahun (Ismail & Al Bahri, 2019).

Dalam studi kelayakan bisnis *Typsweet Dessert Café & Bar*, metode kuisisioner digital akan digunakan dan disebarakan secara *online* melalui *Google Forms*. Hal ini dilakukan untuk mencapai jumlah responden yang banyak dalam wilayah geografis yang luas, dengan biaya yang rendah dan waktu penyebaran yang relatif singkat. Melalui cara ini, akan menjadi mudah untuk mencapai responden Tangerang dikarenakan tidak dibatasi oleh bentuk kuisisioner fisik. Kuisisioner dibagikan untuk mencari tahu demografi dari responden serta mencari informasi umpan balik tentang bauran pemasaran 8P dari bisnis *Typsweet Dessert Café & Bar*.

1) Waktu dan Lokasi Studi

Studi ini akan dilakukan dengan mendistribusikan kuisisioner kepada responden di beberapa wilayah di Kabupaten Tangerang, terutama di area Gading Serpong, Karawaci, BSD, Alam Sutera serta daerah sekitarnya yang berdekatan dengan lokasi restoran. Selain itu, kuisisioner juga akan diberikan kepada responden di luar Kabupaten Tangerang, seperti di Jakarta Barat, Jakarta Selatan,

Jakarta Utara, dan Jakarta Pusat untuk mengetahui minat responden dari luar daerah Tangerang untuk mengunjungi Typsweet Dessert Café & Bar. Penyebaran kuesioner akan dilakukan mulai tanggal 1 Oktober 2023 hingga tanggal 7 Oktober 2023.

2) Target Populasi dan Sampel

Populasi dapat dijelaskan sebagai totalitas semua elemen yang terdapat dalam penelitian, baik itu objek maupun subjek, yang memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Populasi tidak hanya mencakup jumlah individu yang ada pada subjek yang sedang dipelajari, melainkan juga mencakup semua atribut dan sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut (Amin et al., 2023).

Populasi yang ingin diselidiki dalam penelitian kelayakan bisnis Typsweet Dessert Café & Bar adalah warga Tangerang yang berusia antara 21 hingga 40 tahun. Rentang usia ini termasuk dalam kelompok usia yang produktif karena mereka memiliki potensi untuk mengunjungi Typsweet Dessert Café & Bar. Rentang usia ini juga mencakup generasi milenial dan Z, yang cenderung memiliki minat terhadap hal-hal baru seperti menu *dessert* yang ditawarkan oleh Typsweet Dessert Café & Bar.

Menurut Sekaran & Bougie (2016), sampel adalah sub kelompok kecil yang dipilih dari sebuah populasi yang lebih besar. Dalam penentuan sampel perlu dilakukan pengukuran *sample size*. *Sample size* atau ukuran sampel adalah jumlah bagian dari populasi

yang diperlukan dalam sebuah penelitian sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2016). Menurut Ho (2014), jumlah sampel adalah sebanyak jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikalikan lima atau lebih. Dengan butir pertanyaan berjumlah 37 butir, maka jumlah responden yang diperlukan minimal berjumlah 185 orang.

Menurut Sekaran & Bougie (2016), *probability sampling* adalah teknik sampling dengan setiap anggota populasi memiliki peluang sama dipilih menjadi sampel, sedangkan *non-probability sampling* adalah metode pengambilan sampel dimana tidak semua populasi akan dijadikan *sample*. Dalam proyek penelitian seperti uji coba kuesioner, teknik sampel non-probabilitas menjadi teknik sampel yang paling praktis untuk digunakan (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019).

Contoh teknik *non-probability sampling* adalah *convenience sampling*, dimana teknik pengambilan sampel ini berfokus kepada pengambilan sampel yang tersedia atau yang paling mudah untuk didapatkan. Typsweet Dessert Café & Bar menggunakan metode *convenience sampling* dalam penelitian ini. Metode ini dipilih karena kuesioner diberikan kepada responden di wilayah Tangerang dan sekitarnya sesuai dengan target populasi, tanpa adanya kriteria khusus dalam pemilihan sampel. Dengan demikian, kuesioner dapat diisi oleh semua responden dalam target populasi. Penyebaran

kuesioner dilakukan secara *online* untuk mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan, sambil tetap mencapai jumlah sampel yang banyak untuk memastikan representativitas dan menghindari bias dalam studi kelayakan bisnis.

b) Wawancara

Menurut Sugiono (2021), wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data di mana dua orang atau lebih berinteraksi melalui pertanyaan dan jawaban untuk pertukaran informasi mengenai suatu topik khusus. Terdapat tiga jenis wawancara, yaitu terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur. Dalam studi kelayakan bisnis ini, dipilih jenis wawancara tidak terstruktur, yang ditandai oleh pendekatan tanpa struktur sistematis. Pedoman wawancara hanya mengacu pada masalah utama yang perlu diungkap, memberikan fleksibilitas dan efektivitas dalam mengumpulkan informasi kunci dalam waktu singkat.

Dalam konteks studi kelayakan bisnis Typsweet Dessert Cafe & Bar, wawancara tidak terstruktur akan dilakukan bersama seorang perwakilan dari kantor *marketing* Paramount Land. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mencari tahu harga sewa serta ukuran dari ruko yang akan digunakan oleh bisnis Typsweet Dessert Cafe & Bar. Interaksi tersebut dilakukan melalui media elektronik yaitu Whatsapp Chat.

c) Observasi

Menurut Saunders et al., (2023), observasi adalah suatu proses pengumpulan data yang melibatkan kegiatan pengamatan sistematis, pencatatan, deskripsi, analisis, dan interpretasi perilaku individu dalam suatu konteks tertentu.

Dalam studi kelayakan bisnis Tysweet Dessert Cafe & Bar, metode observasi akan digunakan untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif. Informasi yang akan dikumpulkan meliputi aksesibilitas ke daerah Gading Serpong, perkembangan bisnis F&B di Gading Serpong, tingkat keramaian dan tingkat hunian di sekitar daerah Gading Serpong, serta pengamatan terhadap bisnis serupa yang sudah ada di wilayah tersebut.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018), menyatakan bahwa data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian bisa diperoleh dari buku referensi, jurnal penelitian, internet dan lain – lain.

Data yang telah dikumpulkan sebelumnya dapat digunakan kembali dan dianalisis untuk mendapatkan informasi tambahan atau menghasilkan informasi baru, interpretasi, atau kesimpulan (Beno et al., 2022). Dalam studi ini, data sekunder yang digunakan berasal dari sumber internal dan eksternal, seperti studi berupa buku, artikel, jurnal, data pemerintahan, dan

situs-situs terpercaya. Data sekunder ini digunakan sebagai dasar teori dan pengembangan pemikiran dalam studi kelayakan bisnis Typsweet Dessert Café & Bar.

Teknik analisis data yang dilakukan untuk mengolah dan menganalisis data primer dan sekunder yang diperoleh adalah teknik analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah bidang statistik yang terkait dengan proses pengumpulan, pengolahan, dan penyajian data. Fokus dari statistik ini adalah memberikan informasi yang bersifat deskriptif terhadap data yang dikumpulkan, tanpa melakukan penarikan kesimpulan lebih lanjut mengenai data tersebut (Reza et al., 2021). Hasil dari analisis statistik deskriptif terutama berkaitan dengan penyajian data, termasuk pembuatan tabel, grafik, perhitungan nilai pusat data, sebaran data, dan komponen lain yang membantu dalam memberikan gambaran mendalam mengenai karakteristik data.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Layanan Makanan & Minuman

Menurut (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2014) layanan makanan dan minuman merupakan bagian dari sektor pariwisata yang bertujuan menyediakan makanan dan minuman yang siap dikonsumsi langsung oleh pelanggan melalui berbagai jenis operasi. Beberapa jenis operasi tersebut meliputi kafe, kantin, layanan pesan antar, bar, restoran dengan berbagai tema seperti restoran kopi, restoran dengan suasana mewah, restoran dengan tema etnik, dan sebagainya. Selain itu, layanan makanan dan

minuman juga dapat mencakup layanan kamar untuk tamu hotel dan ruangan serbaguna.

2. Pengertian Restoran

Restoran adalah suatu lokasi atau bangunan yang dijalankan untuk tujuan bisnis, di mana pelayanan yang baik diberikan kepada semua pelanggan, baik dalam hal makanan maupun minuman (Marsum, 2005).

Kata “restoran” berasal dari Bahasa Perancis “*restaurant*,” yang awalnya mengacu pada tempat umum yang menyajikan sup dan roti pada abad ke-18 sebagai cara untuk memulihkan energi. Namun, saat ini istilah “restoran” digunakan secara lebih luas untuk menggambarkan berbagai tempat umum yang menyajikan makanan, baik untuk dikonsumsi di tempat atau untuk dibawa pulang (Barrows et al., 2011).

Definisi lain menurut Carmelia *et al.*, (2021), restoran merupakan suatu peran penting dalam gaya hidup masyarakat karena makan di luar telah menjadi aktivitas sosial yang populer. Setiap individu membutuhkan makanan dan minuman, dan restoran menyediakan tempat dan lingkungan yang menyenangkan di mana masyarakat dapat menikmati makanan dan minuman bersama teman dan keluarga. Makan di restoran telah menjadi bagian dari gaya hidup sosial masyarakat.

3. Sejarah Restoran

Kata restoran ada sejak zaman Roma kuno dan Yunani tahun 1700 SM. Asal mula kata ini berasal dari Bahasa perancis yang memiliki pengertian restorasi energi (Barrows et al., 2011). Dalam zaman yang maju

seperti sekarang ini, istilah “restoran” telah mengalami perkembangan. Saat ini, restoran tidak hanya merujuk pada tempat umum yang menyajikan sup dan roti seperti pada zaman dahulu. Sebaliknya, istilah tersebut mencakup tempat umum yang khusus dalam penjualan makanan dan minuman yang melibatkan proses pengolahan bahan makanan.

Pada sekitar tahun 1200 SM, munculnya industri rumahan yang menjual makanan di kota-kota seperti London, Paris, dan beberapa kota Eropa lainnya. Namun, pada saat itu, konsumen tidak bisa langsung mengonsumsi makanan tersebut di tempat penjualan. Sebagai gantinya, mereka harus pergi ke tempat lain, seperti kedai atau hostel, untuk menikmati makanan tersebut. Kemudian, pada tahun 1475, konsep *café* pertama kali ditemukan di Konstantinopel (sekarang dikenal sebagai Istanbul). *Café* pada awalnya hanya menjual kopi, dan istilah “*café*” sendiri berasal dari kata Bahasa Perancis untuk kopi (Walker, 2021).

Asal mula konsep restoran modern dapat ditelusuri kembali ke usaha seorang penjual sup di Paris bernama M. Boulanger. Pada tahun 1765, M. Boulanger mulai menjual sup penyembuh yang dikenal sebagai “*restorative broth*.” Dari sinilah muncul istilah “*restaurant*,” yang berasal dari kata “*restore*.” Pada tahun 1782, restoran *modern* pertama secara resmi didirikan di *Rue de Richelieu* dengan nama *the Grand Tavern de Londres*. Restoran ini menjadi titik awal munculnya restoran seperti yang kita kenal saat ini. Selama masa Revolusi Prancis pada tahun 1794, banyak juru masak kehilangan pekerjaan, dan beberapa dari mereka memutuskan untuk

berpindah ke negara-negara Eropa lainnya, bahkan sampai ke Amerika (Walker, 2021).

4. Jenis Restoran

Ada banyak jenis restoran yang berbeda, tetapi yang paling umum adalah *independent restaurants* yang dimiliki secara pribadi. Restoran ini biasanya didirikan oleh individu yang terlibat langsung dalam operasional harian. Selain itu, ada juga *chain restaurants* yang merupakan kelompok restoran dengan nama yang sudah dikenal, target pasar yang serupa, konsep, desain, pelayanan, dan makanan yang seragam. Namun, variasi restoran tidak berhenti di sana, masih ada jenis restoran lainnya yaitu (Walker, 2020):

a) *Fine Dining Restaurant*

Restoran *full-service* dengan konsep formal ataupun *casual* dengan minimal pilihan menu sebanyak 15 atau lebih. Makanan akan diolah dari bahan yang segar dan mentah. Contohnya adalah Henshin, Kuningan.

b) *Celebrity-Owned Restaurants*

Restoran yang dimiliki selebriti, biasanya menawarkan makanan kesukaan atau unggulan selebriti tersebut. Konsep dari restorannya sendiri juga akan disesuaikan dengan konsep keinginan dari selebriti tersebut. Contohnya adalah *Correlate* by Chef Juna, Kuningan.

c) *Family Restaurants*

Restoran yang biasanya dimiliki seorang individu ataupun keluarga dan menawarkan menu yang sederhana dengan pelayanan

berbasis kekeluargaan untuk berbagai keluarga yang berkunjung. Contohnya adalah Remboelan, Jabodetabek.

d) *Steak House*

Restoran yang menawarkan menu dengan olahan bahan dasar daging merah, namun beberapa restoran juga menambah menu dengan bahan dasar daging putih untuk menarik lebih banyak pelanggan. Contohnya adalah *Wolfgang's Steakhouse*, Senayan.

e) *Casual Dining and Dinner-House Restaurants*

Jenis restoran yang menyediakan suasana santai dan cocok untuk masyarakat kelas menengah yang ingin menikmati makanan dan minuman dengan suasana restoran yang tidak terlalu formal dan dengan harga yang terjangkau. Restoran ini menciptakan atmosfer yang elegan sehingga berhasil berkembang dengan cepat di kalangan masyarakat. Contohnya adalah *Cork and Screw Country Club*, Senayan.

f) *Theme Restaurants*

Restoran dengan menu terbatas namun menawarkan tema dari design konsep restorannya untuk memberikan pengalaman dan suasana yang berbeda dari restoran lain kepada pelanggan. Contohnya adalah *The Garden*, Pantai Indah Kapuk.

g) *Quick Service/Fast-Food Restaurants*

Restoran dengan mengutamakan kecepatan pelayanan. Menu makanan/minuman yang ditawarkan juga terbatas seperti hamburger, ayam goreng, *pizza*, dan lainnya. Contohnya adalah KFC.

h) *Ethnic Restaurants*

Restoran yang dioperasikan secara independen dengan menawarkan sesuatu yang otentik dengan kampung halaman dengan latar belakang pendiri yang cukup berbeda untuk menarik pelanggan. Contohnya adalah Song Fa Bak Kut Teh, Jabodetabek

i) *Coffee Shop*

Coffee shop adalah sebuah tempat yang khusus menyajikan berbagai jenis kopi sebagai menu utama, dilengkapi dengan pilihan kue dan makanan ringan atau cepat saji lainnya sebagai pelengkap. Konsep *coffee shop* ditujukan untuk menciptakan suasana yang hangat dan ramah dengan penggunaan alunan yang lembut. Tempat ini sangat cocok bagi para pengunjung untuk bersosialisasi dan menikmati waktu santai. Contohnya adalah *Starbucks* dan *Djournal*.

j) *Bakery or Dessert Shop*

Bakery atau *dessert shop* memiliki keunikan pada varian menu yang ditawarkan. Menu yang ditawarkan antara lain merupakan berbagai jenis menu roti, kue, dessert lainnya. Contohnya adalah *Scarlett's Café*, Pantai Indah Kapuk.

Jenis bisnis yang dipilih dalam studi kelayakan bisnis ini adalah dessert shop, sehingga *Typsweet Dessert Café & Bar* menyajikan berbagai macam menu dessert atau makanan manis dengan tipe penyajian yang bervariasi.

5. Sejarah dan Pengertian Dessert

Makanan pencuci mulut, atau yang lebih dikenal sebagai *dessert*, adalah jenis makanan ringan yang biasanya disajikan setelah hidangan utama. *Dessert* biasanya dihidangkan setelah meja dibersihkan dari hidangan lainnya, sebagai penutup makanan (Kronl, 2016).

Pada tahun 1600, munculnya kata “*dessert*” berasal dari Bahasa Perancis yang artinya “membersihkan meja.” Kata tersebut pertama kali digunakan dalam buku pedoman Pendidikan Kesehatan karya William Vaughan. Di awal abad pertengahan, orang-orang Eropa menggunakan gula untuk menyajikan makanan penutup. Namun, pada waktu itu permintaan gula sangat tinggi, sehingga hanya orang-orang elit yang bisa menikmatinya. *Dessert* biasanya disajikan dalam acara perjamuan atau pesta-pesta tertentu.

Fungsi utama dari *dessert* adalah memberikan sensasi penyegaran setelah menyantap hidangan utama yang mungkin memiliki rasa atau aroma yang kuat yang masih tertinggal di mulut. Oleh karena itu, *dessert* dirancang untuk memberikan kesegaran dan kelezatan yang menyegarkan. *Dessert* umumnya terbuat dari bahan-bahan segar dan memiliki rasa manis yang sesuai dengan tujuannya sebagai penyegar.

6. Jenis Pelayanan Restoran

Terdapat beberapa jenis pelayanan yang digunakan oleh restoran untuk melayani pelanggan, di antaranya adalah sebagai berikut (Cousins, Lillicrap, & Weekes, 2014):

a) *Table Service*

- 1) *American Service*: Makanan tamu disajikan dalam porsi yang sudah diatur dan diatur di piring di dapur. Pelayan kemudian mengantarkan makanan tersebut ke meja tamu.
- 2) *French Service*: Ini adalah bentuk pelayanan meja yang paling rumit, di mana makanan tamu disiapkan dan disusun di dapur. Kemudian, pelayan membawa makanan dengan *gueridon* dan langsung menyajikannya di piring tamu.
- 3) *Russian Service*: Makanan diletakkan di *silver salvers*, diatur dan diatur dalam porsi di dapur. Kemudian, makanan tersebut dibawa dan disajikan di piring tamu.
- 4) *English Service*: Makanan disiapkan di dapur, namun tidak diporsikan seperti *Russian Service*. Sebagai contoh, seluruh bagian daging yang disajikan dibawa ke meja tamu dan dipotong saat akan disajikan.

Jenis penyajian yang diterapkan dalam Tysweet Dessert Café & Bar dari macam – macam Table Service adalah American Service, dimana dessert yang dipesan oleh tamu sudah disiapkan dan ditata di piring saat berada di dapur, lalu disajikan ke tamu oleh pelayan.

b) *Self-Service*

Jenis pelayanan ini tidak melibatkan pelayan yang melayani pelanggan secara langsung di meja. Sebaliknya, pelanggan diminta untuk mengambil makanan dan minuman mereka sendiri di konter yang telah disediakan dan melakukan pembayaran sendiri di kasir.

c) *Assisted Service*

Jenis pelayanan ini termasuk dalam kategori *semi self-service*, di mana pelanggan mengambil makanan dan minuman sendiri di konter yang tersedia, tetapi tetap menerima pelayanan di meja.

d) *Single Point Service*

Jenis pelayanan ini melibatkan pelanggan yang langsung memesan dan membayar di konter kasir, dan pesanan dapat diterima secara langsung oleh pelanggan. *Single point service* memiliki lima kategori, yang antara lain mencakup:

- 1) *Take Away Service*: pelayanan untuk pemesanan makanan dan minuman untuk dibawa pulang oleh pelanggan.
- 2) *Drive-Thru*: memesan dan menerima serta membayar makanan dan minuman yang dipesan melalui kendaraan.
- 3) *Fast Food*: pelayanan yang menyediakan makanan dan minuman dalam waktu singkat sehingga siap santap.
- 4) *Vending*: makanan dan minuman disediakan melalui mesin otomatis.
- 5) *Food Court*: pelayanan yang bersifat terbuka dan menawarkan menu yang variatif, dimana pelanggan dapat memesan makanan di beberapa gerai.

7. Jenis Menu Restoran

Menurut Davis, *et al*, (2018), Restoran menggunakan dua varian menu untuk menginformasikan produk mereka kepada pelanggan, yaitu sebagai berikut:

a) *Table d'hote Menu/ Set-Menu*

Tipe menu ini membatasi pilihan bagi pelanggan dengan umumnya hanya mencakup tiga atau empat hidangan. Harga yang tercantum dalam menu ini telah ditetapkan, dan hidangan disajikan dalam waktu tertentu.

Jenis menu ini biasanya tersedia selama jam sarapan, makan siang, dan makan malam. Saat ini, menu *table d'hote* telah mengalami adaptasi dan dibagi menjadi empat variasi, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Banquets*: Menu ini menawarkan pilihan makanan yang telah ditentukan dan tidak memungkinkan pelanggan untuk memilih hidangan lain. Meskipun demikian, menu dapat disesuaikan jika ada permintaan khusus, seperti makanan vegetarian.
- 2) *Buffets*: Biasanya, menu ini tersedia dalam beberapa paket dengan harga yang berbeda, tergantung pada apa yang dibayar pelanggan. Buffet seringkali menampilkan berbagai jenis hidangan, mulai dari makanan ringan hingga hidangan utama. Biasanya digunakan dalam acara seperti resepsi pernikahan atau konferensi.
- 3) *Coffee Houses*: Ini adalah bentuk terkini dari menu *table d'hote*. Menu ini biasanya tersedia selama sebagian besar hari, mungkin selama 12 hingga 18 jam. Harga berbeda-beda tergantung pada jenis makanan atau minuman yang dipesan, dan menu ini juga menawarkan beragam pilihan.

4) *Cyclical Menus*: Ini adalah menu yang berubah dalam periode tertentu. Misalnya, restoran ini akan mengganti menu mereka setiap beberapa bulan sekali.

b) *A La Carte Menu*

Menu ini menawarkan lebih banyak variasi dibandingkan dengan *menu table d'hote*. Biasanya, menu ini dikategorikan berdasarkan jenis makanan yang tersedia. Hidangan akan disiapkan setelah pengunjung melakukan pemesanan.

8. Jenis Minuman Alkoholik dan Non-Alkoholik

Menurut Cousins *et al.*, (2014), minuman bisa dibagi ke 2 kategori berdasarkan kandungannya, yaitu alkoholik dan non-alkoholik. Berikut jenis – jenis dari minuman tersebut:

a) Alkoholik

1) *Wine*

Wine adalah minuman beralkohol yang diperoleh dari fermentasi jus anggur yang baru dipetik. Fermentasi berlangsung di daerah asal, sesuai dengan tradisi dan praktik lokal. Kekuatan alkoholnya dapat berkisar antara 9% hingga 15% volume. Jenis-jenis anggur secara umum terbagi tiga, yaitu merah, putih, *rose*, dan *sparkling*.

2) *Spirits*

Semua *spirits* diproduksi melalui penyulingan dari minuman beralkohol. Prinsip dari penyulingan adalah bahwa etil alkohol

menguap (mendidih) pada suhu lebih rendah (78 °C) dibandingkan dengan air (100 °C). Oleh karena itu, ketika cairan yang mengandung alkohol dipanaskan dalam lingkungan tertutup, alkohol akan menguap terlebih dahulu dan dapat dipisahkan, meninggalkan air dan bahan-bahan lainnya. Proses ini meningkatkan kekuatan alkohol dari cairan yang dihasilkan. Beberapa contoh spirits adalah *whiskey, vodka, rum, gin, tequila, brandy*.

3) *Liqueurs*

Liqueur didefinisikan sebagai minuman beralkohol yang manis dan berasa. Mereka tidak boleh disalahartikan dengan minuman beralkohol seperti *liqueur spirits*, yang bisa berupa *whisky* atau *brandy* dengan umur dan kualitas yang tinggi. Sebagai contoh, *brandy liqueur* adalah *liqueur* dengan *brandy* sebagai bahan dasarnya, sementara *brandy liqueur* bisa didefinisikan sebagai *brandy* yang memiliki usia dan kualitas yang tinggi.

4) *Beer*

Bir adalah minuman yang difermentasi, mendapatkan kandungan alkoholnya dari konversi gula malt menjadi alkohol oleh ragi pembuat bir. Kandungan alkohol dalam bir bervariasi tergantung pada jenisnya dan biasanya berkisar antara 3,5% hingga 10% alkohol berdasarkan volume.

5) *Cocktail*

Koktail (atau *cocktail* dalam bahasa Inggris) adalah campuran minuman yang terbuat dari berbagai bahan, termasuk minuman beralkohol, bahan pemanis, bahan pengental, dan berbagai bumbu atau perasa. Koktail biasanya disajikan dalam berbagai rasa dan gaya, dan mereka seringkali diciptakan untuk menciptakan citarasa dan aroma yang unik. Koktail adalah minuman yang disiapkan secara khusus dan seringkali disajikan dalam keadaan dingin.

b) Non-Alkoholik:

1) *Tea*

Teh disiapkan dari tunas daun dan daun paling atas dari tanaman hijau abadi tropis yang disebut *camellia sinensis*. Ini menghasilkan minuman yang dianggap sehat, mengandung sekitar setengah kafein dari kopi dan pada saat yang sama membantu relaksasi otot dan merangsang sistem saraf pusat. Daun teh itu sendiri mengandung sejumlah zat kimia termasuk asam amino, vitamin, kafein, dan katekin. Yang terakhir adalah jenis antioksidan yang dalam teh hijau dianggap lebih efektif dalam mencegah beberapa jenis kanker seperti kanker hati. Teh hijau dan teh hitam juga dapat melindungi terhadap penyakit kardiovaskular.

2) *Coffee*

Kopi adalah minuman yang disiapkan dari biji kopi yang telah dipanggang dan digiling. Biji kopi ini berasal dari buah kopi, yang

biasanya disebut “buah kopi” atau “ceri kopi.” Proses pembuatan kopi melibatkan penggilingan biji kopi yang sudah dipanggang menjadi bubuk, yang kemudian diseduh dengan air panas untuk menghasilkan minuman kopi.

Kopi adalah minuman yang dikenal karena kandungan kafeinnya yang memberikan efek merangsang. Rasa dan aroma kopi dapat bervariasi tergantung pada jenis biji kopi yang digunakan, metode pemanggangan, dan cara penyeduhan. Kopi sering diminum sebagai minuman pagi atau untuk mendapatkan energi tambahan, tetapi juga dinikmati oleh banyak orang karena rasa dan aromanya yang unik.

3) *Chocolate*

Cokelat dan kakao berasal dari buah tanaman *Theobroma cacao*, dalam bentuk biji yang mengandung hingga 25-30 biji putih. Tanaman kakao ini ditanam di negara-negara yang jauh seperti Meksiko, Amerika Tengah dan Selatan, Afrika Barat, dan Asia. Biji kakao ini difermentasi, dikeringkan, dan dikirim ke luar negeri di mana mereka kemudian dipanggang dan dicampur sebelum kemudian diperas, digiling, dan disaring untuk digunakan sebagai produk bubuk atau padat. Mereka kemudian menjadi bubuk kakao, cokelat minuman, cokelat makanan, dan cokelat *couverture* yang digunakan untuk tujuan dekorasi.

9. Penerapan Landasan Teori dalam Bisnis Terkait

Typsweet Dessert Café & Bar adalah sebuah dessert café yang berfokus pada hidangan *platted dessert* dan mengandung minuman beralkohol, namun menyediakan juga makanan *a la carte*. Jenis menu yang digunakan dalam restoran ini adalah gabungan antara *set-Menu* dengan *a la carte menu* dan *Cyclical Menu*. Menu utama dalam Typsweet Dessert Café & Bar berupa beberapa pilihan *3-course set-menu* yang terdiri dari *Prelude*, *Primary*, *Endcap*. *Prelude* adalah *dessert* pembuka yang bersifat *light and savory*, untuk memancing indra perasa. *Primary* adalah *dessert* utama yang bersifat *heavy and creamy* dengan porsi yang mencukupi. *Endcap* adalah *dessert* penutup yang bersifat *refreshing*, untuk mencegah tamu merasa mual dengan rasa manis berlebihan.

Typsweet Dessert Café & Bar menyediakan 3 pilihan *set-menu* dengan judul “*Symphony*”, “*Artistry*”, “*Bliss*” dan “*Sinful*”. Masing-masing dari judul *set menu* tersebut memiliki tema yang berbeda – beda untuk memberikan pilihan yang variatif dan kesempatan untuk tamu mencoba menu – menu lain saat mereka datang kembali.

Typsweet Dessert Café & Bar juga menyediakan menu *a la carte* seperti *cake*, *ice cream*, *snack/ light bites* serta minuman alkoholik dan non-alkoholik di *bar*. Kedua hal tersebut saling melengkapi dan ditawarkan kepada tamu yang ingin menikmati makanan dan minuman diluar menu *dessert* utama.

Aspek *Cyclycal* Menu dari Typsweet Dessert Café & Bar adalah perubahan menu pada musim tertentu. Dengan mengganti beberapa menu, *dessert café* dapat memanfaatkan bahan makanan musiman. Hal ini memungkinkan *dessert café* untuk menampilkan produk segar yang sedang musim dan membuat hidangan yang lebih lezat dan efisien dari segi biaya. Perubahan menu yang sering juga dapat membuat pelanggan tetap tertarik dan terlibat. Mereka lebih cenderung kembali untuk mencoba menu baru, menciptakan rasa kegembiraan dan antisipasi. Perubahan menu yang teratur mendorong juga tim untuk kreatif dan inovatif. Ini memberikan kesempatan untuk bereksperimen dengan resep-resep baru dan teknik-teknik kuliner baru, memajukan pertumbuhan dan perkembangan.

Jenis pelayanan yang akan digunakan adalah *American Service*, dimana tamu memilih *set-menu* yang diinginkan, lalu makanan tamu disajikan dalam porsi yang sudah diatur dan diatur di piring di dapur. Pelayan kemudian mengantarkan makanan tersebut ke meja tamu.

Untuk setiap menu *dessert* yang dihidangkan, akan selalu diinfuse dengan sejenis minum beralkohol, seperti *red wine*, *white wine*, *rose wine*, *spirits* dan *Liquor*. Untuk tamu yang membawa anak dibawah 21 tahun, akan disediakan makanan dan minuman *non-alcohol*.

Fasilitas yang disediakan termasuk area parkir, area makan *indoor*, meja dan kursi, *toilet*, dan wi-fi. Lokasi Typsweet Dessert Café & Bar berada di Kawasan Hampton Avenue, Jalan Main Boulevard Gading

Serpong., dan dibuat dalam bangunan 3 lantai. Restoran ini mengusung konsep desain interior *modern* yang memberikan kesan elegan dan berkelas.

