

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata Indonesia merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan secara pesat. Hal ini dapat didukung oleh sektor penghasil devisa nasional terbesar setelah kelapa sawit, minyak serta gas bumi. Tidak berhenti menjadi salah satu penghasil devisa negara terbesar, pariwisata Indonesia berhasil dalam menggemparkan dunia. Tidak hanya itu, pariwisata di Indonesia berhasil menjadi nomor sembilan di dunia dan nomor tiga di Asia dan nomor satu di kawasan Asia Tenggara, menurut World Travel & Tourism Council (WTTC).

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara, menurut UU RI Tahun 2009 No 10 Pasal 1. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata berlomba – lomba untuk memenuhi kebutuhan wisatawan maupun menawarkan sesuatu yang baru berupa produk maupun jasa.

Seiring dengan perkembangan jaman, jenis wisata yang ada di Indonesia tidak hanya menawarkan kegiatan maupun perjalanan wisata saja. Dapat dilihat bahwa, jenis wisata di Indonesia terus berkembang dengan menawarkan konsep kegiatan yang kreatif dan unik. Salah satu kegiatan wisata di Indonesia adalah tempat bermain *bowling*. *Bowling* menjadi salah satu tempat wisata yang unik di Tangerang, dimana tempat wisata tersebut dapat dimainkan oleh semua umur bahkan disediakan untuk pemula maupun yang sudah profesional (Prasetya,

2018). Tidak hanya itu perkembangan jenis kegiatan wisata lain yang berkembang dengan konsep yang unik dan inovatif merupakan *animal's café*, *virtual reality game*, *self-photo studio* hingga *cooking and baking studio*.

Cooking dan baking studio merupakan salah satu potensi bisnis yang dapat berkembang dalam dunia industri pariwisata Indonesia. Tempat tersebut menyediakan fasilitas untuk orang mendapatkan pelatihan dalam industri makanan dan minuman. *Cooking dan Baking Studio* sudah mulai bermunculan banyak di sekitar Jakarta tetapi masih minim di daerah Tangerang. Salah satu studio yang berfokus terhadap *baking* merupakan Sugar Bloom Atelier yang terletak di Tangerang, *baking studio* tersebut menawarkan pelatihan yang menyenangkan, kreatif tetapi tetap formal serta menjadi tempat produksi untuk pembuatan kue Sugar Bloom Atelier (Magazine, 2022).

Globalisasi dapat didefinisikan menjadi suatu konsep yang menyoroiti kondisi dunia dan mempengaruhi dalam meningkatnya kesadaran dunia secara menyeluruh (Mohammad, 2014). Globalisasi juga membawa pengaruh besar kepada bidang kuliner yaitu dengan menyajikan sajian asing dapat mengeser posisi makanan tradisional asli Indonesia (Ma'as, 2022).

Tren makanan yang ada di Indonesia selalu memiliki pengaruh dari budaya luar negeri, terutama pada masa sekarang dimana hampir banyak orang menyukai hidangan manis maupun asin yang berpengaruh dengan negara korea (Ayudya Wardani et al., 2022). Salah satu hidangan manis yang menjadi tren pada Indonesia saat masa pandemi merupakan *korean bento cake* atau diketahui juga sebagai *korean lunchbox cake*, dimana kue tersebut dihidangkan dengan ukuran

10 (sepuluh) sentimeter dan memiliki penampilan yang lucu serta estetik (Rajan Shri Deepa, 2022)

Maka dari itu agar tidak menghilangkan esensi hidangan tradisional dan tetap dapat mengikuti alur tren makanan yang sudah dipengaruhi budaya luar negeri, munculah sebuah ide untuk menyediakan produk yang akan diajarkan pada kursus tersebut yaitu mencampurkan kue tradisional yang dibuat sesuai dengan konsep *korean bento cake*. Hal ini dapat didukung dengan survei yang akan dilampirkan mengenai beberapa produk yang sudah digabungkan dengan konsep *bento cake* serta kue tradisional.

TABEL 1
Hasil Survei *Pre - eliminary*

Apakah anda tertarik untuk mencoba atau mempelajari cara pembuatan kue dengan rasa es Indonesia ? yang menggunakan seperti konsep <i>korean bento cake</i> (Seperti es teler cake , es cendol cake dan lain- lain) * <i>Korean bento cake</i> adalah kue berukuran 10 cm	Jumlah
Sangat Tertarik	48%
Cukup Tertarik	46%
Tidak Tertarik	6%

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan data yang dilampirkan bahwa sebesar 48% cukup tertarik untuk mencoba maupun mempelajari pembuatan kue yang berasal dari Indonesia menggunakan beberapa konsep *bento cake*. Hal ini dapat membuktikan bahwa dengan adanya minat dari pasar dapat terbentuk sebuah *baking studio* yang menawarkan produk yang tidak menghilangkan esensi tradisional tetapi tetap mengikuti tren dan globalisasi.

Akan tetapi pelatihan yang diberikan di beberapa *baking studio* memiliki beberapa permasalahan salah satunya merupakan terlalu formal yang dapat menghasilkan pengalaman pelanggan kurang mengesankan. Hal ini dapat

didukung dengan data survei yang dilampirkan oleh penulis mengenai kebutuhan baking studio yang diinginkan oleh masyarakat Indonesia pada era modern ini.

TABEL 2
Data Survei *Pre - eliminary*

Menurut anda, faktor utama apa yang menjadi hambatan aktivitas kursus pastry yang sudah berlangsung di Jakarta dan Tangerang ?	Jumlah
Terlalu formal dan monoton	76%
Menu yang tidak banyak ditawarkan	8%
Instruksi dan pengetahuan yang kurang lengkap (seperti nama brand bahan yang spesifik)	16%

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan tabel yang dilampirkan tercatat bahwa sebesar 76% orang yang pernah mengikuti kursus pastry merasakan bahwa materi dan aktivitas yang dilakukan dalam kegiatan kursus pastry terlalu formal dan monoton. Maka dari itu dalam mendukung jenis kegiatan serta produk dengan konsep yang akan diajarkan didirikan sebuah bisnis yaitu Kursoes! *Creative Baking Studio* yang dapat menawarkan *fun baking* dengan kombinasi menu yang memiliki konsep unik serta estetika hidangan kue yang kreatif. Pemilihan jenis kegiatan ini sendiri dapat didukung dengan data primer yang sudah disebarkan terhadap masyarakat Jakarta dan Tangerang.

TABEL 3
Data / Hasil Survei *Pre - eliminary*

Jenis kegiatan apa yang ingin dicoba agar dapat mengurangi tingkat stres maupun rasa penat ?	Jumlah
<i>Fun Baking</i>	70%
Berolahraga (Bermain <i>bowling</i> , <i>badminton</i> , <i>trampoline park</i> dan lain - lain)	10%
Berbelanja di mal	16%
Nonton Bioskop	4%

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan data diatas, penulis memilih untuk membuat kursus yang memiliki konsep dan tema *fun baking* adalah sebuah jenis kegiatan dalam pembuatan kue yang menyenangkan dengan cara memberikan kebebasan dalam

kreatifitas pelanggan saat pembuatan kue. Kata *baking* sendiri merupakan teknik pembuatan pastry yang menggunakan oven kompor maupun oven listrik tanpa menggunakan minyak atau air sebagai medium untuk memindahkan panas (Rachmawati, 2021).

Kegiatan *baking* juga dapat mengurangi tingkat stres dan kecemasan, hal ini dapat dibuktikan oleh beberapa ahli yang menyebutkan bahwa dengan melakukan *baking* akan membuat orang menghabiskan waktu bersama orang yang disayangkan serta akan menimbulkan kenyamanan dan pengalihan dari hormon stress dengan memberikan peluang untuk berkreasi yang membantu untuk mengatasi kecemasan (Fairbank, 2022).

Tidak hanya itu tingkat stress masyarakat Indonesia lebih ditekankan pada generasi Z yang berumur sekitar 11 – 26 tahun. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor karena generasi ini ditekan untuk mencari lingkungan yang nyaman dalam bekerja dan menghasilkan waktu yang minim untuk mencoba melakukan kegiatan yang baru dalam upaya untuk mengurangi tingkat kecemasan dan menjaga kesehatan mental (Alifah, 2022).

TABEL 4
Tingkat Kecemasan Antargenerasi di Indonesia

Responden (Sangat Cemas)	Jumlah
Generasi Z	40%
Millenial	38,8%
Generasi X	31,5%

Sumber : Alva Research Center (2022)

Berdasarkan data dari tabel 4 (empat), bahwa tingkat kecemasan lebih banyak di generasi Z yakni sebesar 40%. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa dengan tingginya tingkat kecemasan masyarakat Indonesia tentu ada hambatan untuk generasi tersebut melakukan kegiatan dalam upaya menjaga tingkat stress

dan mengurangi kecemasan. Sehingga penulis memilih untuk mengumpulkan data mengenai hambatan orang – orang yang tidak dapat mengikuti kegiatan *fun baking* yang menjadi salah satu jenis kegiatan untuk mengurangi tingkat kecemasan generasi Z.

TABEL 5
Data survei *Pre- eliminary*

Faktor apa yang menghambat anda untuk pergi mencoba kegiatan baru seperti fun baking sebagai aktivitas atau kursus pastry ?	Jumlah
Lokasi yang jauh dan tidak strategis	43.1%
Ketidaksediaan waktu	42.1%
Sedang tidak ingin mencoba aktivitas tersebut	15.7%

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Menurut data terlampir di tabel 5 (lima), bahwa lokasi yang jauh dan tidak strategis menjadi sebuah hambatan faktor utama dalam mencoba *fun baking* maupun kursus pastry. Maka dari itu Kursoes! *Creative Baking Studio* akan membuka ditempat yang strategis dilengkapi dengan infrastruktur yang sudah maju. Kursoes! *Creative Baking Studio* akan mendirikan di Tangerang. Tangerang menjadi sebuah pilihan dikarenakan telah meresmikan beberapa Tol yang memberikan akses lebih mudah dan cepat untuk menjangkau area Tangerang (Yahmadillah, 2021).

TABEL 6
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Generasi di Kabupaten Tangerang

Responden (Sangat Cemas)	Jumlah Orang
Post Generasi Z	262 495
Generasi Z	479 480
Millenial	521 431
Generasi X	419 616
Boomer	196 011
Pre Boomer	16 453

Sumber: Badan Pusat Statistika (2020)

Dapat dilihat di tabel 6 (enam), bahwa Kabupaten Tangerang menjadi salah satu potensi pasar untuk Kursoes! *Creative Baking Studio*. Meskipun target utama kursoes! *Creative Baking Studio* merupakan generasi Z yang berada di tingkat kedua. Akan tetapi hal tersebut tidak menghalangi potensi pasar yang lain untuk para penduduk Kabupaten Tangerang yang generasi X hingga millennial dapat mengikuti dan mencoba Kursoes! *Creative Baking Studio*.

Berdasarkan pembahasan diatas, bisnis tersebut akan didirikan di Kabupaten Tangerang. Nama bisnis tersebut memiliki arti yaitu memberikan kesempatan untuk orang menuangkan kreatifitas tanpa batas dalam sebuah kursus yang mengikuti tren yang menyesuaikan dengan kue – kue Indonesia agar hidangan tradisional tidak hilang karena dampak globalisasi. Kursoes! *Creative Baking Studio* juga mengutamakan dalam upaya mengurangi tingkat kecemasan maupun stress pada generasi Z. Hal ini dibuatkan konsep yaitu kegiatan *baking* yang menyenangkan serta membantu pelanggan untuk menuangkan kreatifitas dalam estetika hidangan. Akan tetapi, hal ini tidak menghalangi untuk Kursoes! *Creative Baking Studio* dapat menawarkan pelayanan professional dalam pemberian materi maupun pengalaman yang unik.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Pembuatan studi kelayakan bisnis ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui apakah bisnis dan jasa yang akan dibangun layak atau tidak layak dijalankan. Agar dapat menjalankan bisnis Kursoes! *Creative Baking Studio* diperlukan untuk menganalisa beberapa aspek dan faktor dalam pembuatan bisnis kursus pastry ini. Tujuan Studi Kelayakan ini terbagi menjadi 2, yaitu :

1. Tujuan Utama (Major Objectives)

Tujuan utama memiliki 4 (empat) aspek untuk dapat memenuhi kriteria serta menjadi indikator dalam kelayakan bisnis tersebut , yaitu sebagai berikut :

A) Aspek pasar dan pemasaran :

- 1) Untuk menganalisa permintaan dan penawaran yang diminati oleh pasar seperti keinginan atau tren pasar dan proyeksi pertumbuhan pasar. Hal ini akan diperoleh melalui kuesioner untuk mengumpulkan data primer dan informasi potensi pasar mengenai bisnis dan jasa yang ditawarkan.
- 2) Untuk menganalisa dampak aspek ekonomi, sosial, politik, lingkungan hidup serta teknologi terhadap rencana bisnis.
- 3) Untuk dapat menganalisa semua pemasaran dalam aspek produk, tempat, harga dan promosi.
- 4) Untuk mengevaluasi segmentasi pasar dan menganalisis posisi bisnis yang akan dijalankan dalam pasar.

B) Aspek Teknis Operasional :

- 1) Untuk menganalisa lokasi bisnis yang akan dibangun.
- 2) Untuk menganalisa kebutuhan aktivitas dan fasilitas dalam setiap ruangan.
- 3) Untuk menganalisa berbagai macam aktivitas yang akan dijalankan dan dibutuhkan saat bisnis beroperasi.
- 4) Untuk menganalisis hubungan fungsional dengan fasilitas dan aktivitas yang diperlukan.
- 5) Untuk menganalisis setiap penggunaan teknologi yang dibutuhkan.

C) Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

- 1) Untuk menganalisis sumber daya manusia dalam seleksi, rekrutmen, pelatihan, pengembangan, orientasi serta penentuan kompensasi.
- 2) Untuk menguraikan dan menganalisis visi, misi, pembagian kerja serta struktur organisasi yang dibuat.
- 3) Untuk menganalisis aspek yuridis dalam bisnis yang akan dibuat.
- 4) Untuk menganalisis program pengembangan tenaga kerja.

D) Aspek Keuangan

- 1) Untuk menganalisis proyeksi neraca, rugi dan laba serta proyeksi arus kas bisnis yang akan dijalankan.
- 2) Untuk menganalisis kebutuhan dan sumber dana bisnis yang akan dibuat.
- 3) Untuk menganalisis perkiraan biaya operasional dan biaya pendapatan dalam bisnis yang dibuat.
- 4) Untuk menganalisis penilaian investasi, titik impas, rasio laporan keuangan dan resiko manajemen yang akan dibuat.

2. Sub Tujuan (Minor Objectives)

Sub Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam membangun bisnis *Kursoes! Creative Baking Studio*, yaitu sebagai berikut :

- a. Membuka lapangan kerja bagi warga sekitar.
- b. Mendapatkan keuntungan dari operasional bisnis dan sesuai dengan target pencapaian pendapatan bisnis.
- c. Memberikan jasa, layanan dan produk dalam kualitas tinggi kepada pelanggan dengan baik guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini dapat dilakukan dengan mematuhi CHSE (SNI 9042- 2021, CERTIFICATE SNI).

- d. Memenuhi beberapa persyaratan akademis guna meraih gelar Sarjana Terapan Pariwisata.

C. Metodologi

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan strategi penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena berupa bentuk, karakteristik, aktifitas hubungan dan perbedaan antara fenomena lain (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Pengumpulan data tersebut didukung dengan beberapa data, yaitu :

a. Data Primer

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis ini , Kusoes! *Creative Baking Studio* memilih untuk mengumpulkan data primer dengan metode yang sesuai dengan hasil data kualitatif, yakni merupakan :

1) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi yang dilakukan juga tidak terbatas pada orang , objek dan alam. Dengan melalui kegiatan observasi ini dapat meneliti dan belajar mengenai perilaku yang diteliti (Sugiyono, 2022). Oleh karena itu observasi dalam penelitian ini untuk dapat mengumpulkan analisa data kompeitor di kursus pastry sekitar Tangerang dan Jakarta. Dengan dijalankan

observasi dapat membantu strategi dalam kelebihan dan kekurangan serta pada lokasi yang akan dipilih. Hal ini juga dilakukan untuk menghindari kesalahan dalam memilih tempat untuk menjalankan bisnis tersebut.

2) Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2022), kuesioner merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden. Dimana jawaban responden merupakan sebuah pilihan ganda atau esai. Seiring berjalannya waktu, dunia teknologi terus berkembang hingga memberikan dampak baik yaitu dengan mempermudah dalam pembuatan dan penyebaran kuesioner. Sehingga akan dijalankan internet survey mengenai *Kursoes! Creative Baking Studio* yang menggunakan media *google form*. Kuesioner tersebut akan terbagi menjadi beberapa bagian, yakni sebagai berikut :

a) Bagian informasi demografi responden

Pada bagian pertanyaan mengenai jenis informasi demografi akan berhubungan dengan pelanggan dan responden. Bagian tersebut akan menanyakan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, profesi dan pendapatan per bulan.

b) Bagian informasi bauran pemasaran

Bagian ini merupakan informasi yang berhubungan dengan beberapa pemasaran. Dimana beberapa pertanyaan akan sesuai dengan teori 4P's *Marketing Mix* oleh Philip Kotler yang bersangkutan mengenai *Product*,

Price, Place, dan Promotion. Upaya dalam mengukur jawaban responden akan menggunakan Skala likert. Menurut (Sekaran & Bougie, 2017) Skala likert terdiri atas beberapa pertanyaan deklaratif yang diberikan kepada responden menyatakan setuju atau tidak setuju. Hal ini dapat diukur dari 1-6 dan tidak termasuk dengan nilai netral. Pengumpulan data ini akan menggunakan skala 1 hingga 6 tanpa memasukan nilai netral, yaitu :

Skala Likert 1 = Sangat Tidak Setuju

Skala Likert 2 = Tidak Setuju

Skala Likert 3 = Cukup Tidak Setuju

Skala Likert 4 = Cukup Setuju

Skala Likert 5 = Setuju

Skala Likert 6 = Sangat Setuju

c) Bagian informasi situasi pasar

Bagian informasi situasi pasar akan mengarah pada pertanyaan frekuensi dalam beberapa responden. Mengenai frekuensi berapa sering mencari aktivitas saat sedang memiliki waktu luang dan memilih kegiatan kursus yang menyenangkan serta frekuensi seberapa sering dalam mengikuti kursus pastry formal maupun non - formal. Sehingga dari penyebaran kuesioner tersebut dapat menilai dari frekuensi dan ketertarikan para responden yang menghasilkan pemilihan dalam mengikuti kegiatan yang disediakan di *Kursoes! Creative Baking Studio.*

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah sebuah data yang dikumpulkan dan telah dibuat oleh pihak lain. Data tersebut dikumpulkan untuk memperkuat dan mendukung semua fakta yang diberikan (Sekaran & Bougie, 2017). Beberapa sumber data sekunder bersifat publikasi pemerintah, statistik buletin dan informasi yang dipublikasikan dari luar maupun dalam perusahaan. Oleh karena itu, studi kelayakan bisnis *Kursoes! Creative Baking Studio* akan memperoleh data – data yang valid dan berasal dari buku, jurnal dan artikel mengenai pariwisata, perhotelan, industri makanan dan minuman, data statistik dari berbagai organisasi serta perusahaan dan lembaga pemerintahan seperti badan pusat statistik.

1. Target Populasi dan Metode Sampel

Populasi adalah sebuah kawasan umum yang mencakup subjek maupun objek dan memiliki jumlah serta sifat – sifat tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari agar mendapatkan kesimpulan (Sugiyono, 2022) Populasi yang akan diteliti dalam studi kelayakan bisnis *Kursoes! Creative Baking Studio* merupakan penduduk JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Banten). Populasi tersebut ditargetkan untuk yang berusia 15 tahun hingga diatas 40 tahun. Akan tetapi batasan umur bukan sebuah masalah untuk *Kursoes! Creative Baking Studio* dikarenakan kelas *fun baking* dapat diikuti oleh anak – anak dibawah umur 12 tahun selama ada yang mengawasi maupun mendampingi. Dengan rentang umur yang ditetapkan dapat memberikan potensi besar untuk mencoba mengikuti *Kursoes! Creative Baking Studio* yang terletak di Gading Serpong.

Setelah penentuan populasi maka dilanjutkan dengan *sample size*. Sampel merupakan bagian atau *subgroup* dari populasi yang dipilih oleh peneliti dengan harapan bahwa mereka dapat mewakili populasi secara umum agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas serta dapat diterapkan (Sekaran & Bougie, 2017).

Maka dari itu jumlah populasi peneliti tidak dapat ditentukan dan dibatasi. Hal ini membuat studi kelayakan bisnis Kursoes! *Creative Baking Studio* untuk menggunakan teori (Hair et al., 2019) yakni ada beberapa rasio yang memiliki minimum pengamatan terhadap variabel yaitu 5:1, 10:1, dan 15:1. Rasio yang dipilih oleh penulis merupakan 10:1 yaitu satu indikator pertanyaan dengan menggunakan 8P.

Kursoes! *Creative Baking Studio* akan mendistribusikan kuesioner tertutup secara daring dengan menggunakan metode *non – probability convenience sampling*. Dimana responden diambil secara kebetulan, yaitu saat bertemu sesuai dengan populasi di area JABODETABEK yang sudah pernah mengikuti kursus kelas *pastry* (Sugiyono, 2018).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan disebar menggunakan kuesioner *online* kepada responden yang berdomisili di JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Banten). Penyebaran kuesioner tersebut akan dilaksanakan pada bulan September berserta observasi yang akan dilaksanakan di daerah sekitar Tangerang dan Jakarta.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan orang yang berpergian ke tempat lain di luar lingkungan yang biasa memiliki tujuan umum seperti rekreasi, bisnis dan lain – lain, kegiatan tersebut tidak lebih dari setahun yang dapat diartikan hanya sementara berdasarkan *World Tourism Organization*. Sedangkan menurut Undang – Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009 , bahwa kegiatan pariwisata dapat dilakukan oleh wisatawan asing maupun negeri. Kegiatan tersebut akan diberikan fasilitas dan layanan secara lengkap oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah maupun pengelola daerah. Kegiatan pariwisata terbagi menjadi 2 (dua) jenis yaitu *tourist* yang merupakan pengunjung luar negeri maupun area dan *same-day visitors* yang dimana pengunjung tersebut melakukan kegiatan pulang hari tidak perlu menginap. Pariwisata menjadi salah satu perkembangan yang dapat dilihat dalam semua negara. Hal ini didukung dengan peningkatan jumlah akomodasi serta transportasi setelah pandemi. Selain itu, dengan memiliki pemasuk devisa negara membawa dampak baik dan membantu ekonomi negara.

2. Sejarah *Pastry* di Indonesia

Persaingan *pastry* dan *bakery* dimulai dari tahun 1980 saat hotel mulai dibangun dan dibuka. Dimana banyak orang jika ingin menyantap kue yang diinginkan diwajibkan untuk pergi ke hotel agar dapat membeli produk *pastry* dan *bakery* yang diinginkan. Namun penemuan *puff pastry* yang paling utama ditemukan di Indonesia adalah pada tahun 1645 oleh Claudius Gele, seorang *pastrycook* yang sedang melakukan magang di Indonesia. Ia mencari cara agar bapak kandung yang sedang sakit dapat

menyantap kue dengan hanya menggunakan air, tepung dan mentega. Kemudian dunia pastry terus berkembang yang dimulai hanya dapat ditemukan di hotel hingga dapat disantap dimanapun dan kapanpun yang didukung dengan menggunakan pemesanan *online*. Cara pembuatan *pastry*, jenis *pastry* serta bahan baku *pastry* terus berkembang dengan mengikuti tren dan pengaruh globalisasi yang ada.

3. Kursus *Pastry*

Berdasarkan undang – undang Nomor 20 Tahun 2003 di jelaskan bahwa kursus dan pelatihan merupakan bentuk pendidikan berkelanjutan untuk mengembangkan serta mengasa kemampuan peserta didik dengan penekanan pada keterampilan , standar kompetensi serta pengembangan terhadap kepribadian profesional. Sedangkan *pastry* merupakan bagian dari produk makanan yang terdapat dalam lingkup industri makanan dan minuman yang memiliki tugas dalam membuat hidangan penutup, *snack*, atau makanan pendamping minuman, seperti kue dan roti. *Pastry* merupakan bagian hidangan dari dapur yang memproduksi khusus bagian jenis roti, cake, serta *dessert* (Ariyanti, 2018)

4. Pelayanan

Menurut (Spillane, 2008) dengan memberikan pelayanan produk maupun jasa yang relatif mudah, nyaman maupun efisien akan membantu meningkatkan kepuasan konsumen. Selain memberikan pelayanan dalam jasa yang diajarkan serta produk yang diberikan, perusahaan dapat memberikan layanan tambahan. Layanan tambahan tersebut dapat disesuaikan dengan keinginan pasar atau strategi untuk mempromosikan

suatu produk maupun jasa. Sehingga biaya dari layanan tambahan tersebut dapat disatukan kepada biaya promosi maupun biaya pembelian jasa atau produk yang sudah menjadi satu.

5. Penerapan dasar teori pada bisnis

Kursoes! *Creative Baking Studio* adalah tempat kursus *pastry* yang dapat dinikmati oleh segala kalangan. Dimana Kursoes! *Creative Baking Studio* menawarkan kursus yang memiliki level *intermediate* dan kursus yang hanya untuk sekali – sekali atau mencari pengalaman serta mengisi waktu luang, diketahui sebagai kelas *fun baking*. Jenis kursus yang diterapkan adalah kursus pengembangan profesi dan kursus ketrampilan. Dengan memiliki kesempatan kursus ini Kursoes! *Creative Baking Studio* berharap setiap pelanggan dapat menuangkan ide kreatifitas terutama dalam *plating* estetika hidangan.

Kursoes! *Creative Baking Studio* akan menawarkan menu *seasonal* dan *signature* untuk dalam kursus. Menu yang ditawarkan akan berdasarkan kolaborasi dengan kue yang berasal dari Indonesia. Salah satu menu tersebut merupakan seperti kue dengan rasa klepon. Dimana menu tersebut disesuaikan dengan tingkat kesusahan masing – masing pelanggan. Tingkat kesusahan juga menentukan ukuran cake serta konsep yang akan diajarkan kepada pelanggan. Maka dari itu para pelanggan dapat memilih tingkat kesusahan serta preferensi sesuai dengan kenyamanan dan minat para pelanggan. Setiap pelanggan yang mengikuti akan mendapatkan sertifikat dan akan dibagikan kepada kelas seluruh peserta yang mengikuti kelas *fun baking* maupun *intermediate*. Sedangkan untuk *pastry* yang

sudah dibuat di tempat Kursoes! *Creative Baking Studio* dapat disantap dan dirasakan di tempat makan di lantai 1 yang memiliki tempat *complimentary* sebagai layanan tambahan untuk membuat para konsumen nyaman ditambahkan dengan beberapa minuman seperti teh, dan minuman segar lainnya.

