

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki cakupan yang sangat luas dan mengalami pertumbuhan yang pesat (Marlina & Hidayati, 2023). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan. Usaha pariwisata meliputi jasa transportasi, jasa perjalanan wisata, penyediaan akomodasi, jasa makanan dan minuman, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan sebagainya.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang paling prospektif dan terus berkembang di Indonesia. Industri makanan dan minuman berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia, sehingga industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang stabil dan tidak akan mengalami penurunan. Pertumbuhan yang pesat dalam industri ini, terus memicu minat pengusaha untuk terlibat dalam bisnis makanan dan minuman (Agustina, 2021).

Pada triwulan II-2022, ekonomi Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 5,44 persen dibandingkan dengan triwulan II-2021. Hampir semua sektor usaha mengalami pertumbuhan, terutama sektor transportasi dan pergudangan yang tumbuh sebesar 21,27 persen, serta sektor penyediaan akomodasi dan makan minum yang tumbuh sebesar 9,76 persen (Badan Pusat Statistik, 2022). Dari data tersebut, maka dapat dilihat bahwa kinerja industri makanan dan minuman menunjukkan tren yang positif setelah mengalami

perlambatan pada kuartal II-2020. Hal ini mengindikasikan bahwa industri makanan dan minuman telah pulih dan bangkit dari dampak yang ditimbulkan oleh pandemi COVID-19. Selain itu, data tersebut juga membuktikan bahwa industri makanan dan minuman memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara dan pertumbuhan yang positif yang menunjukkan potensi yang menguntungkan untuk mendirikan sebuah bisnis dalam industri tersebut seperti *café*.

Kontribusi industri makanan dan minuman dapat dilihat dari pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) pada tahun 2019 hingga tahun 2022 yang tercantum dalam tabel berikut:

TABEL 1
PDRB Kota Manado

Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2019	2020	2021	2022
	5,29%	3,68%	3,95%	4,11%

Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan PDRB di Kota Manado dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan munculnya pandemi COVID-19 sehingga muncul ketidakstabilan. Namun pada tahun 2021, pertumbuhan PDRB Kota Manado perlahan-lahan mengalami pemulihan dan mencapai 3,95%. Begitu juga pada tahun 2022, pertumbuhan PDRB Kota Manado terus meningkat hingga mencapai 4,11% yang menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang berperan penting bagi perekonomian Indonesia, khususnya Kota Manado.

TABEL 2
Persentase Pengeluaran Sebulan Menurut Kabupaten/Kota

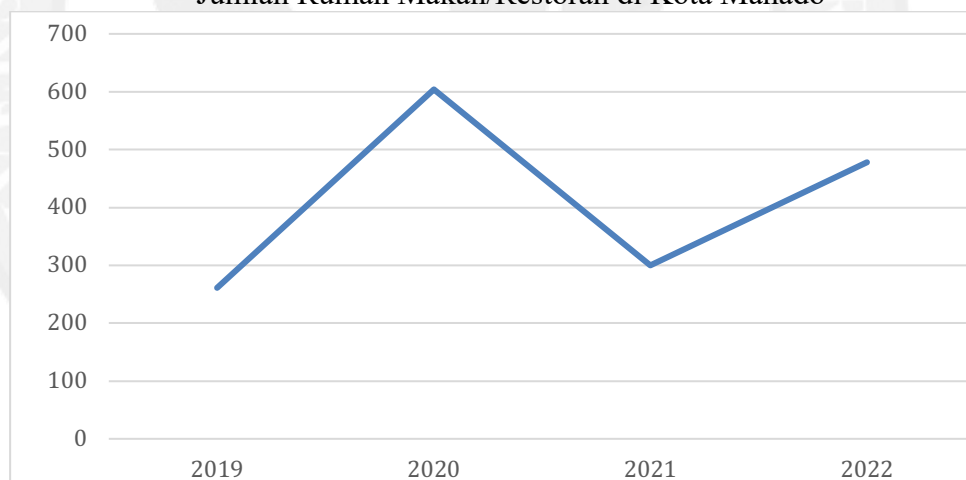
Kabupaten/ Kota	Makanan				Bukan Makanan			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
Minahasa Tenggara	53,92	54,39	55,54	62,02	46,08	45,61	44,46	37,98
Minahasa Selatan	51,25	49,29	50,29	56,47	48,75	50,71	49,71	43,53
Minahasa Utara	47,26	49,65	49,87	52,85	52,74	50,35	50,13	47,15
Kota Manado	43,06	42,54	47,90	49,78	56,94	57,46	52,10	50,22
Kota Bitung	51,68	49,28	53,02	52,13	48,32	50,72	46,98	47,87
Kota Tomohon	44,44	39,51	44,16	44,95	55,56	60,49	55,84	55,05
Kota Kotamobagu	43,28	44,37	47,37	49,89	56,72	55,63	52,63	50,11

Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan tabel di atas, jenis pengeluaran masyarakat Kota Manado terbagi menjadi dua yaitu makanan dan bukan makanan atau keperluan lainnya. Data pada tabel menunjukkan bahwa pengeluaran makanan oleh masyarakat di Kota Manado memiliki persentase yang positif setiap tahunnya. Dimulai dari tahun 2019, persentase pengeluaran untuk kelompok makanan yaitu sebesar 43,06%, sedangkan untuk kelompok bukan makanan sebesar 56,94%. Persentase pengeluaran untuk kelompok makanan mengalami penurunan pada tahun 2020 yaitu menjadi 42,54% dikarenakan oleh pandemi COVID-19, sedangkan untuk kelompok bukan makanan mengalami peningkatan hingga mencapai angka 57,46%. Pada tahun 2021, kelompok makanan mengalami pemulihan dan meningkat menjadi 47,90%, sedangkan persentase untuk kelompok bukan makanan menurun menjadi 52,10%. Persentase pengeluaran dalam kategori

makanan dan minuman terus meningkat hingga pada tahun 2022 menjadi 49,78%. Dibandingkan dengan kabupaten dan kota lainnya, pengeluaran masyarakat Kota Manado untuk makanan dan minuman masih tergolong rendah, namun persentase Kota Manado terus menunjukkan pertumbuhan yang positif sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa kebutuhan masyarakat Kota Manado terhadap makanan dan minuman juga meningkat. Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sulawesi Utara mencatat bahwa kategori dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi pada tahun 2021 yaitu penyediaan akomodasi dan makan minum yaitu sebesar 15,73%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat potensi untuk mendirikan usaha di sektor penyedia makanan dan minuman di Kota Manado.

GAMBAR 1
Jumlah Rumah Makan/Restoran di Kota Manado



Sumber : Mokoagouw (2023)

Berdasarkan tabel di atas dalam Badan Pusat Statistik Kota Manado (2023), maka dapat dilihat bahwa jumlah restoran di Kota Manado mengalami peningkatan sebanyak 343 restoran pada tahun 2019 ke tahun 2020. Namun setelah peningkatan yang begitu pesat dalam jumlah restoran dari tahun 2019 ke tahun 2020, terjadi penurunan dalam skala yang besar sebanyak 304 restoran

dari tahun 2020 ke tahun 2021 sehingga jumlah restoran pada tahun 2021 menjadi 300 restoran. Hal tersebut disebabkan karena munculnya COVID-19 yang memaksa masyarakat untuk *stay at home* sehingga memiliki dampak yang signifikan terhadap industri restoran. Kemudian, pada tahun 2022 jumlah restoran di Kota Manado perlahan-lahan mengalami peningkatan kembali menjadi 478 restoran. Sehingga memberikan peluang untuk mendirikan usaha dalam industri makanan dan minuman di Kota Manado.

TABEL 3
Jumlah *Café* di Kota Manado

Nama Café	Nama Café
Pondol Café & Resto	Dream Artisan Coffee
M.Coffee & Resto	Whats Up Café
Mono Café	Starbucks
AM PM Café	Second Chance Café
Bungkoez Coffee	Wacana Kolektif
Nomad <i>Coffee Shop</i>	Rumah Kopi K8
<i>Bagate Coffee</i>	Café Smile
Bacarita	Kopi Soe
STAR <i>Café</i>	The Tang
<i>Mug & Jar Café</i>	Emm Coffee
Pirates RDB	DJarod Café
Warkop Kemang Manado	K2B Café
Sehati Sejiwa Cake & Café	The Mukaruma Café
Black Cup Coffee & Roastery	Contour Café
Excelso	Old Coffee House
Avons Café	Mezzo Resto & Café
Warunk Bendito	-

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis pada tahun 2023, maka dapat dilihat bahwa jumlah *café* yang ada di Kota Manado yang berjarak sekitar 5-10 menit dari Kawasan Megamas, Manado yaitu berjumlah kurang lebih 33 *café* yang menunjukkan pasar yang cukup kompetitif dalam industri *café*. *Café* tersebut menghadirkan makanan dan minuman yang beragam dan serupa satu sama lainnya. *Café* tersebut menawarkan suasana yang tenang dan nyaman untuk bersantai bagi setiap pelanggan yang berkunjung.

Walaupun memiliki pasar yang cukup kompetitif, namun keberhasilan dalam bisnis *café* tidak hanya bergantung pada jumlah pesaing, tetapi juga pada kemampuan untuk membedakan diri dari yang lain. Oleh karena itu, sebuah bisnis harus memiliki strategi yang cerdas dan memahami peluang serta kondisi pasar. Namun, sebuah diferensiasi dan inovasi dari bisnis sangat dibutuhkan untuk dapat terus bertahan dan bersaing dengan kompetitor yang ada (Fitra, 2022).

Pertumbuhan *coffee shop* atau *café* yang pesat di Kota Manado turut berdampak pada perubahan gaya hidup anak muda terutama mahasiswa. Terlihat perbedaan yang signifikan antara gaya hidup mahasiswa saat ini dengan generasi sebelumnya. Pertumbuhan pesat tersebut mendorong kemunculan berbagai tempat yang menjadi pusat interaksi sosial bagi anak muda. Pusat perbelanjaan, tempat hiburan seperti *café* dan kedai kopi yang kini menjadi destinasi pilihan mahasiswa untuk mengisi akhir pekan dan waktu luang. Mahasiswa di Kota Manado saat ini cenderung lebih memilih untuk mengunjungi kedai kopi atau *café* dibandingkan mengunjungi pusat perbelanjaan. Hal tersebut dapat terjadi karena mahasiswa menganggap bahwa kedai kopi dan *café* lebih menawarkan

suasana yang nyaman dan dekorasi interior yang menarik sehingga lebih menarik perhatian dan minat pengunjung khususnya kalangan mahasiswa yang memiliki kebiasaan berkumpul dan menghabiskan waktu bersama dengan teman sebaya. Kedai kopi dan *café* tidak hanya sebagai tempat untuk berjual beli, tetapi juga memiliki fungsi tambahan bagi masyarakat yang mengunjunginya seperti untuk bersantai. Oleh karena itu, fasilitas dan konsep yang ditawarkan oleh sebuah *café* menjadi hal yang penting dan harus diperhatikan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dan memberikan suasana yang nyaman serta menarik.

Pengaruh budaya Korea di Indonesia saat ini sedang berkembang dengan cepat. Budaya Korea yang telah masuk ke Indonesia telah mempengaruhi kehidupan masyarakat, terutama di kalangan para remaja. Budaya Korea berkembang begitu pesat dan meluas serta diterima oleh publik sehingga menghasilkan sebuah fenomena yaitu *Korean Wave*. Dalam bahasa Indonesia, istilah *Korean Wave* atau *Hallyu* digunakan untuk menggambarkan penyebaran budaya pop Korea Selatan yang gencar di berbagai negara, termasuk Indonesia terutama di kalangan generasi muda (Zakiah *et al.*, 2019). *Korean Wave* telah disiapkan untuk dipromosikan secara internasional dengan dukungan penuh dari pemerintah, terutama pada masa pemerintahan Presiden Kim Dae Jung (1993-1998) yang memiliki slogan “*Creation of the New Korea*”. Di Indonesia, pengaruh budaya pop Korea mulai menyebar sejak tahun 2002 setelah diadakannya Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang (Putri *et al.*, 2019). Hasil dari pengaruh budaya Korea yang sudah masuk ke Indonesia tersebut dapat dilihat dari tren-tren baru seperti gaya berpakaian, musik, tontonan, gaya hidup dan lainnya. Produk makanan Korea juga sudah menjadi tren pilihan kuliner bagi

masyarakat Indonesia, oleh karena itu tidak heran lagi Indonesia telah memiliki banyak restoran atau *café Korean Wave*.

Satu satu tren yang terkait dengan Korea Selatan adalah *Café & Library*. *Café* adalah tempat yang menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi dengan tempat duduk didalam dan diluar restoran untuk menikmati makanan dan minuman (Putra *et al.*, 2019). Saat ini, perpustakaan telah mengalami perkembangan yang signifikan. Fungsi perpustakaan tidak lagi terbatas pada sekadar menyimpan dan mencari buku untuk tujuan studi, melainkan telah bertransformasi menjadi pusat informasi yang menyediakan berbagai jenis sumber daya, serta menjadi tempat untuk mencari hiburan (Endarti, 2022). Perpustakaan saat ini berperan sebagai tempat penyimpanan beragam jenis materi, termasuk yang tercetak dan yang dalam format digital. Dari definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konsep *Café & Library* adalah sebuah tempat yang menggabungkan fungsi perpustakaan dengan *café* dengan menyediakan suasana yang nyaman dan santai bagi pengunjung yang ingin menikmati minuman dan makanan sambil membaca buku, memperluas pengetahuan, bekerja atau bersantai. Konsep *Café & Library* juga sering dijadikan lokasi syuting drama Korea sehingga menjadi incaran para penggemar drama Korea. Sejumlah lokasi bahkan menjadi daya tarik wisata yang mampu menarik wisatawan dari dalam dan luar Korea Selatan. Beberapa *Café & Library* yang dijadikan lokasi syuting dan menjadi terkenal yaitu (Suryaningtyas, 2021):

1. Sogumbit *Book Store* dalam *The King Eternal Monarch*
2. *Book Café Noon* dalam *Familiar Wife*, *Romance is a Bonus Book* dan *Moments of 18*

3. Hesse Boulangerie 152 dalam *WWW*, *Touch Your Heart*, dan *Romance is a Bonus Book*
4. Jinsun Book Café dalam *Find Me in Your Memory*, *Twelve Nights*, dan *Queen of The Ring*
5. *Mr. Vertigo Books* dalam *This Is My First Life*
6. *Café Eco's Library* dalam *A Gentleman's Dignity*
7. *Book Says*, Anam Tower dalam *Do Do Sol Sol La La Sol*

Dengan melihat pertumbuhan popularitas budaya Korea yang terus meningkat dan kegemaran masyarakat Kota Manado dalam berkunjung ke sebuah *café*, maka muncullah sebuah ide untuk memulai sebuah bisnis dalam industri makanan dan minuman yaitu sebuah *café* yang mengambil konsep *Café & Library* yang menawarkan menu-menu yang menarik serta dapat memfasilitasi kegiatan belajar, bekerja dan membaca sehingga dapat membantu dalam meningkatkan minat membaca masyarakat Manado. Terlebih lagi, belum ada *café* di sekitar Kota Manado, Sulawesi Utara, yang mengadopsi konsep perpustakaan seperti yang ditawarkan oleh Enclave Café & Library. Oleh karena itu, Enclave Café & Library memiliki peluang besar untuk menjadi yang pertama dalam menggabungkan sebuah *café* dengan perpustakaan.

Enclave Café & Library memiliki produk yang berbeda dengan *café* pada umumnya, dimana Enclave Café & Library menawarkan produk utama yaitu *mini chiffon cake* yang merupakan jenis kue yang ringan dan cocok untuk dinikmati ketika bersantai. Jika biasanya *chiffon cake* pada umumnya dijual utuh dengan ukuran besar, berbeda dengan *chiffon cake* yang ditawarkan oleh Enclave Café & Library, dengan ukuran yang lebih kecil dan bisa dinikmati oleh

satu sampai dua orang. Selain dari produk utama tersebut, *café* ini juga akan menyediakan *pastry* dan *desserts* lainnya seperti *slice cake*, *croissant*, *cookies* dan *brownies*. Yang membedakan produk Enclave Café & Library dengan *café* lainnya yaitu inovasi berkelanjutan dalam varian menu untuk setiap bulannya serta bekerja sama dengan beberapa *pastry chef* terkemuka melalui konsep *kitchen takeover*, yang memungkinkan Enclave Café & Library untuk terus menyajikan variasi yang menarik dan kreatif dalam menu. Enclave Café & Library juga memberikan suasana dan kenyamanan bagi para pelanggan untuk bisa menikmati makanan dan minuman serta mendapatkan akses gratis terhadap berbagai koleksi buku yang berkualitas. Konsep *Café & Library* juga bertujuan untuk memberikan dukungan kepada masyarakat dalam mendapatkan keseimbangan antara hiburan dan edukasi. Dengan adanya *Café & Library* ini, diharapkan dapat menarik lebih banyak minat masyarakat dalam membaca dan menikmati akses buku gratis.

Enclave Café & Library menciptakan suasana yang istimewa dan pengalaman baru bagi para pengunjung, dimana pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman yang lezat sambil membaca dan mengeksplorasi dunia literatur. Pengunjung akan disambut dengan suasana yang santai dan nyaman, cocok untuk bersantai, mengerjakan tugas atau sekadar menikmati waktu luang sambil membaca buku. *Café* ini akan menawarkan koleksi buku yang beragam dan bervariasi, mulai dari fiksi hingga non-fiksi, majalah, dan sebagainya. Dalam mendapatkan koleksi buku perpustakaan, Enclave Café & Library akan melakukan kerja sama dengan perpustakaan lokal yang disebut dengan *interlibrary loan* untuk memperkaya variasi koleksi di perpustakaan dan

mengurangi biaya dalam pembelian buku. *Interlibrary Loan* (ILL) adalah bentuk kerjasama yang dilakukan oleh dua perpustakaan untuk dapat meminjam buku atau menerima salinan dokumen yang dimiliki oleh perpustakaan lain (Andriansyah & Christiani, 2020).

Café ini terdiri dari dua lantai, dimana lantai satu akan dijadikan sebagai *café counter*, *cake showcase* dan tempat makan. Sedangkan di lantai dua, akan dijadikan sebagai *library* yang berisikan berbagai macam koleksi buku lokal maupun impor yang dapat dibaca oleh para pengunjung. Enclave Café & Library ini juga menyediakan tempat duduk *indoor* untuk mencicipi hidangan dan memiliki suasana yang lebih *private* serta tempat duduk berupa *bean bag* di area perpustakaan untuk suasana yang lebih santai dan nyaman.

Café ini dinamakan *Enclave* yang berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti suatu daerah atau wilayah tertentu yang terisolasi atau terkendali. Peneliti memilih nama Enclave Café & Library karena *café* ini akan menciptakan citra sebuah tempat dimana pengunjung dapat menemukan ketenangan dan kedamaian untuk bersantai dan menikmati pengalaman membaca. Enclave Café & Library akan berlokasi di Ruko Kawasan Megamas Blok 1C No. 19 Manado, Sulawesi Utara. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan pusat hiburan bagi masyarakat Kota Manado, aksesibilitas yang mudah dan juga merupakan kawasan strategis yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk olahraga, bersantai sambil menikmati laut atau bekerja, sehingga memberikan peluang yang besar bagi Enclave Café & Library untuk dikunjungi.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan utama dari penulisan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini yaitu untuk menguji kelayakan dari beberapa aspek yang terdapat di dalam Enclave Café & Library yang terletak di Manado, Sulawesi Utara. Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis (SKB) dibagi menjadi 2 bagian, yakni:

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Tujuan utama Studi Kelayakan Bisnis mengkaji kelayakan dari sebuah bisnis melalui berbagai macam aspek, yaitu:

a. Aspek Pemasaran

- 1) Mengidentifikasi segmen pasar untuk memahami kebutuhan, preferensi dan perilaku konsumen sehingga dapat membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.
- 2) Menganalisa pesaing utama dan kekuatan pesaing agar dapat bersaing, bertahan, dan memposisikan produk dengan cara yang berbeda dari para pesaing.
- 3) Mengidentifikasi *marketing mix* 8P yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming* dan *Partnership* untuk membentuk rencana pemasaran yang terfokus kepada kebutuhan pelanggan.

b. Aspek Operasional

- 1) Mengevaluasi lokasi bisnis yang meliputi tingkat persaingan di sekitar, aksesibilitas, pasar, keamanan dan peraturan.

2) Mengidentifikasi kebutuhan operasional bisnis yang mencakup fasilitas yang dibutuhkan, ketersediaan bahan baku hingga teknologi untuk mendukung jalannya operasional bisnis ini.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

1) Menentukan struktur organisasi yang meliputi pembagian peran dan tanggung jawab sesuai dengan peran masing-masing.

2) Mengidentifikasi jumlah sumber daya manusia (SDM) yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis ini.

3) Menyusun proses rekrutmen karyawan dengan baik agar mendapatkan karyawan yang berkualitas dan tepat. Juga merencanakan program pelatihan untuk membantu karyawan terus bertumbuh dan berkembang.

d. Aspek Keuangan

1) Mengidentifikasi modal awal yang dibutuhkan dan alokasi modal tersebut untuk memulai bisnis ini.

2) Mengidentifikasi pendapatan dan pengeluaran bisnis.

3) Mengidentifikasi risiko yang berhubungan dengan aspek keuangan agar bisnis memiliki rencana yang tepat untuk mengatasi resiko tersebut.

2. Sub-Tujuan (*Minor Objectives*)

Selain dari tujuan utama yang telah dijabarkan di atas, terdapat beberapa tujuan lainnya yang ingin dicapai melalui bisnis ini, yaitu:

a. Mendapatkan keuntungan dari operasional bisnis.

b. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.

c. Memberikan pengalaman baru bagi masyarakat Manado dengan konsep *café* baru yaitu *café & library*.

- d. Menyumbang pendapatan regional Kota Manado.
- e. Membantu dalam meningkatkan persentase aktivitas literasi.

C. Metodologi

Dalam proses penelitian Studi Kelayakan Bisnis (SKB), dibutuhkan data-data yang akurat dan valid untuk memastikan keberhasilan penelitian dan untuk memperoleh informasi yang relevan untuk mengevaluasi semua aspek bisnis. Oleh karena itu, data-data untuk Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini akan dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diberikan langsung oleh sumber data kepada pengumpul data dengan tujuan tertentu sebuah penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Dalam penyusunan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini, data primer akan diperoleh dari hasil survei dan juga observasi.

a. Survei

Survei adalah sebuah sistem untuk mengumpulkan informasi dari atau tentang individu untuk menggambarkan, membandingkan, atau menjelaskan pengetahuan, sikap dan perilaku (Sekaran & Bougie, 2020). Berdasarkan literatur yang sama, terdapat tiga tipe kuesioner yang dapat digunakan untuk mengumpulkan sebuah informasi yaitu *personally administered questionnaires*, *mail questionnaires* dan *electronic & online questionnaires*. Dalam era teknologi yang terus berkembang sampai saat ini, tipe kuesioner yang paling cocok untuk digunakan adalah *electronic & online questionnaires* karena memberikan kemudahan dalam aksesibilitas, penghematan biaya dan lebih efisien.

Dalam melakukan penelitian survei, Enclave Café & Library memilih untuk menggunakan *electronic & online questionnaires*, dimana peneliti akan membagikan kuesioner melalui *google form* yang nantinya akan disebar melalui sebuah tautan. Peneliti akan menyusun beberapa pertanyaan tertutup (*closed ended question*) yang mengharapkan jawaban singkat atau responden hanya perlu memilih satu pilihan dari beberapa alternatif yang telah disediakan.

Kuesioner yang akan disebarluaskan kepada responden terdiri dari dua bagian, yakni:

1) Demografi Responden

Demografi responden yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan wilayah tempat tinggal. Data demografi memberikan pemahaman tentang profil responden dan mengidentifikasi perbedaan dalam persepsi atau kebutuhan berdasarkan kelompok demografis yang berbeda.

2) Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran memuat beberapa pertanyaan yang disusun berdasarkan teori *Marketing Mix 8P* yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Packaging, Programming* dan *Partnership*. Pertanyaan yang dibuat dalam bagian informasi bauran pemasaran akan dibuat dalam bentuk pertanyaan tertutup dan diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *6-point likert scale*. Rentang nilai skala *likert* yang digunakan telah

disesuaikan dengan tujuan untuk menghindari sikap responden yang menjawab pertanyaan pada pilihan netral atau ragu-ragu. Selain dari itu, skala *6-point likert* cenderung menghasilkan nilai realibilitas yang tinggi (Vikmawati, 2019). *6-point likert* yang akan digunakan sebagai berikut:

TABEL 4
Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cenderung Tidak Setuju (CTS)	3
4	Cenderung Setuju (CS)	4
5	Setuju (S)	5
6	Sangat Setuju (SS)	6

Sumber: (Vikmawati, 2019)

b. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data yang berkaitan pengamatan, pencatatan, analisis dan interpretasi yang direncanakan terhadap perilaku, tindakan, atau peristiwa (Sekaran & Bougie, 2020).

Enclave Café & Library akan menggunakan metode observasi dalam mengumpulkan data yang lebih lengkap mengenai jumlah *café* secara umum hingga jumlah *café* yang memiliki konsep perpustakaan yang berlokasi di Kota Manado, Sulawesi Utara.

2. Data Sekunder

Menurut Sekaran dan Bougie (2020), data sekunder merupakan informasi yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk keperluan yang berbeda dari

penelitian saat. Beberapa sumber data sekunder dapat berupa laporan statistik, publikasi pemerintah, informasi yang diterbitkan atau belum diterbitkan yang dapat diakses baik dari dalam maupun luar organisasi, situs web perusahaan, dan internet.

Informasi-informasi dalam penelitian ini, didapatkan dari data internal dan eksternal seperti artikel, jurnal, statistik lembaga pemerintah, pustaka buku dan beberapa situs yang terpercaya. Data tersebut menjadi dasar teori dan pendukung dalam studi kelayakan bisnis Enclave Café & Library.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden di wilayah sekitar Kota Manado terutama wilayah yang berdekatan dengan Enclave Café & Library. Tidak hanya itu saja, kuesioner juga akan disebarkan kepada responden yang berada di luar Kota Manado seperti Minahasa Utara, Minahasa Selatan dan sekitarnya untuk mengevaluasi minat responden dalam mengunjungi Enclave Café & Library. Kuesioner akan disebarkan dalam rentang waktu selama satu bulan lebih yaitu mulai dari tanggal 25 September 2023 sampai dengan tanggal 30 Oktober 2023.

4. Target Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari individu-individu yang akan diteliti dalam bentuk orang, benda, lembaga, institusi, dan lain sebagainya (Sekaran & Bougie, 2020). Populasi yang akan digunakan pada kuesioner Enclave Café & Library adalah seluruh masyarakat yang berdomisili di Kota Manado maupun di luar Kota Manado seperti Minahasa Utara, Minahasa Selatan dan sekitarnya. Populasi akan diambil dari individu dengan rentang

usia remaja (10-19 tahun) hingga dewasa (19-44 tahun) atau yang tergolong sebagai pelajar karena para pelajar lebih memiliki potensi yang besar untuk mengunjungi Enclave Café & Library .

5. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari objek penelitian yang dipilih oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2020). Dengan mempelajari sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi pada populasi yang menjadi fokus penelitian.

a. *Sample Size*

Untuk validitas dan reliabilitas dari hasil penelitian, maka diperlukan pengukuran *sample size*. *Sample size* merupakan jumlah sebenarnya dari subjek yang dipilih sebagai sampel untuk mewakili karakteristik dari populasi (Sekaran & Bougie, 2020). *Sample-to-item ratio* direkomendasikan untuk menentukan ukuran sampel berdasarkan jumlah item dalam sebuah studi (Memon *et al.*, 2020).

Dalam hal pengukuran jumlah sampel, rasio yang paling umum digunakan adalah lima kali lipat lebih banyak observasi daripada jumlah variabel atau pertanyaan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel yang lebih diterima yaitu rasio 10:1 (Hair *et al.*, 2019). Rasio yang digunakan oleh Enclave Café & Library yaitu rasio 10:1, artinya jumlah responden yang diperlukan setidaknya harus sepuluh kali lipat dari jumlah item atau pertanyaan yang menjadi indikator dalam penelitian. Dalam kuesioner studi kelayakan bisnis Enclave Café & Library terdapat 35 butir pertanyaan, sehingga jumlah responden yang diperlukan yaitu minimal 350 responden. Hal ini

dilakukan agar Enclave Café & Library memiliki data yang lebih kuat dan dapat diandalkan.

b. Teknik Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2020), *sampling* merupakan pemilihan item dari populasi sehingga karakteristik sampel dapat digeneralisasikan ke populasi, *sampling* juga melibatkan pilihan desain dan keputusan ukuran sampel. Berdasarkan literatur yang sama, teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua jenis, yaitu *probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dimana unsur-unsur populasi memiliki beberapa peluang atau probabilitas yang diketahui untuk dipilih sebagai subjek sampel, dan *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana unsur-unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang diketahui atau ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek sampel.

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan oleh Enclave Café & Library adalah *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling* karena kuesioner akan disebar kepada responden yang berada di wilayah Kota Manado dan sekitarnya tanpa adanya kriteria khusus dalam pengambilan sampel. *Convenience Sampling* merupakan sebuah desain *non-probability sampling* dimana informasi atau data untuk penelitian dikumpulkan dari anggota populasi mudah diakses oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2020). Kuesioner akan disebar secara *online* menggunakan *google form* sehingga lebih efisien, cepat dan meminimalkan pengeluaran.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Restoran

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 Tahun 2014, restoran adalah bisnis yang menyediakan layanan makanan dan minuman dengan menggunakan peralatan dan perlengkapan yang diperlukan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian. Tempat restoran biasanya bersifat tetap dan tidak berpindah-pindah dengan tujuan utama yaitu untuk memperoleh keuntungan dan mencapai laba. Restoran merupakan sektor yang terkait dengan industri pariwisata dan perdagangan yang berfungsi sebagai penyedia layanan bagi yang membutuhkan makanan dan minuman (Indriawati, 2018).

2. Klasifikasi Restoran

Dari segi cara pengolahan dan penyajian, restoran dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu restoran formal, restoran informal, dan restoran spesialis (Herianto & Gunawan, 2019).

a. Restoran Formal

Restoran Formal merupakan bisnis pelayanan makanan dan minuman yang dijalankan secara komersial dan profesional, dengan penekanan pada pelayanan eksklusif.

- 1) Pelanggan dapat melakukan reservasi sebelumnya untuk masuk ke restoran.
- 2) Pelanggan diharapkan mengenakan pakaian formal.
- 3) Restoran menawarkan menu klasik dan hidangan populer Eropa.
- 4) Metode penyajian makanan yang digunakan adalah *Russian service*, *French service*, atau varian dari kedua metode tersebut.

- 5) Ada ruangan khusus untuk minum koktail sebelum makan, selain ruangan untuk makan.
- 6) Restoran memiliki pilihan minuman *bar* lengkap, terutama *wine* dan *champagne* dari berbagai negara produsen *wine* terkemuka di dunia.
- 7) Ada musik *live* dan area untuk menari dengan suasana yang romantis dan mewah.
- 8) Harga makanan dan minuman di restoran ini cenderung tinggi dibandingkan dengan restoran informal.
- 9) Penyusunan kursi dan meja dirancang untuk memberi ruang bagi layanan *gueridon*. Jenis restoran ini termasuk super klub, restoran eksekutif, *gourmet*, dan ruang makan utama.

b. Restoran Informal

Restoran informal adalah bisnis pelayanan makanan dan minuman yang dijalankan secara komersial dan profesional dengan fokus utama pada memberikan layanan cepat, praktis, dan mempercepat rotasi pelanggan yang datang dan pergi secara terus-menerus.

- 1) Makanan dan minuman memiliki harga yang terjangkau.
- 2) Restoran menerima pelanggan tanpa perlu reservasi sebelumnya.
- 3) Tidak ada aturan khusus mengenai pakaian yang harus dikenakan oleh pelanggan yang datang.
- 4) Sistem penyajian makanan dan minuman bisa berupa *American service*, hidangan siap saji, pelayanan sendiri, atau pelayanan di loket.
- 5) Tidak ada hiburan musik langsung yang disediakan.
- 6) Meja dan kursi ditempatkan cukup dekat satu sama lain.

- 7) Daftar menu tidak disampaikan oleh pelayan kepada pelanggan, tetapi ditampilkan di depan konter atau di setiap meja untuk mempercepat layanan.
- 8) Menu yang ditawarkan sangat terbatas dan lebih fokus pada hidangan yang bisa disiapkan dengan cepat. Contohnya termasuk *café*, kafetaria, restoran cepat saji, kedai kopi, *bistro*, restoran keluarga, pub, tempat penyajian *sandwich*, warung *burger*, dan kedai makanan ringan.

c. Restoran Spesialis

Restoran spesialis adalah bisnis pelayanan makanan dan minuman yang dijalankan secara komersial dan profesional, dengan menawarkan hidangan khas dari suatu negara tertentu dan mengikuti sistem penyajian yang khas dari negara tersebut.

- 1) Restoran ini memiliki layanan reservasi tempat.
- 2) Menu restoran terkenal dan disukai oleh banyak orang dalam satu negara tertentu.
- 3) Sistem penyajian mengikuti tradisi budaya negara asalnya dan juga mempertimbangkan elemen budaya internasional.
- 4) Restoran ini hanya buka untuk makan siang dan makan malam.
- 5) Daftar menu *à la carte* disampaikan langsung oleh pelayan kepada pelanggan.
- 6) Biasanya, menyajikan musik atau hiburan yang mewakili budaya dari negara asalnya.
- 7) Harga makanan cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan restoran informal, tetapi lebih rendah daripada restoran formal. Contohnya

mencakup restoran Italia, restoran Thailand, restoran Korea, dan sejenisnya.

2. Pengertian *Café*

Café adalah tempat yang menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman dengan desain bangunan yang menarik. *Café* biasanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti area foto, akses internet, dan sering kali terdapat *live music* untuk menarik minat pengunjung. Beberapa juga menggambarkan *café* sebagai tempat yang menyajikan makanan dan minuman siap saji dalam suasana yang santai dan tidak resmi. *Café* sendiri berasal dari Bahasa Perancis yang berarti “kopi”. Oleh karena itu, *café* adalah suatu tempat yang cocok untuk bersantai sambil menikmati kopi, membaca majalah, berdiskusi dengan teman, atau berkumpul dengan pelanggan lain (Cartiwi, 2022).

3. Pengertian Perpustakaan

Berdasarkan IFLA (*International of Library Associations and Institutions*), perpustakaan adalah suatu tempat yang mengumpulkan berbagai jenis bahan pustaka, baik yang dicetak maupun yang tidak, serta sumber informasi dalam bentuk digital disusun dengan sistematis untuk digunakan oleh pengguna. Perpustakaan memiliki peran penting dalam mendukung, menghubungkan, dan memberi dorongan kepada seseorang yang ingin mengejar, memanfaatkan, dan memperluas pengetahuan serta pengalaman (Endarti, 2022).

4. Sistem Pelayanan Restoran

Sistem pelayanan di restoran secara umum dibagi menjadi lima jenis, yaitu: (Tangian, 2019)

a. *Table Service*

Table service adalah sistem pelayanan di restoran, dimana para pelanggan duduk di meja makan lalu makanan dan minuman akan dihidangkan dan disajikan oleh pelayan restoran. Beberapa jenis sistem pelayanan restoran yang menggunakan *table service* yaitu *American Service*, *English Service*, *Service Ala Ritz*, *French Service*, dan *Russian Service*.

b. *Counter Service*

Counter service merupakan sistem pelayanan di restoran, dimana pelanggan memesan makanan serta minuman di sebuah *counter* atau meja pemesanan. Setelah memesan, pelanggan akan membayar dan menerima pesanan di meja *counter* tersebut. Pelayan atau bahkan koki dapat menjadi orang yang menyajikan makanan dan minuman. Sistem pelayanan ini lebih praktis, efisien dalam penggunaan tenaga kerja, dan mempersingkat waktu penyajian. Sistem ini sering digunakan dalam restoran cepat saji, kedai kopi, dan tempat makan lain yang menekankan kecepatan pelayanan dan efisiensi.

c. *Self-Service*

Self-service adalah sistem pelayanan restoran di mana seluruh hidangan, mulai dari hidangan pembuka, sup, hidangan utama, hidangan penutup, dan sebagainya, telah disiapkan dan tersusun rapi di meja hidang atau meja prasmanan. Pelanggan memiliki kebebasan untuk mengambil makanannya

sesuai dengan selera dan preferensi pengunjung. Namun, minuman panas seperti teh atau kopi biasanya akan disajikan kepada pelanggan oleh petugas.

d. *Buffet Service*

Buffet service adalah sistem pelayanan di mana para tamu mengambil makanan langsung dari meja *buffet*. Meja *buffet* dan penyusunan hidangan di atasnya dapat bervariasi mulai dari yang sangat sederhana, seperti hidangan sup dan salad, hingga variasi yang sangat beragam, seperti yang sering ditemukan di restoran mewah. Sejumlah restoran komersial membangun reputasi berdasarkan beragamnya pilihan hidangan yang ditawarkan di meja *buffet*.

e. *Carry Out Service*

Carry out service adalah sistem pelayanan restoran di mana pelanggan datang untuk membeli makanan yang telah dipersiapkan sebelumnya, dan makanan tersebut kemudian dibungkus dalam kotak untuk dibawa pulang. Dengan kata lain, makanan tidak dinikmati di tempat, melainkan dibawa pulang untuk dinikmati di lokasi lain seperti di rumah bersama keluarga, saat piknik, di kantor, di pabrik, di kampus, dan sebagainya.

5. Jenis Menu

Menurut Timo (2021), menu adalah daftar makanan dan minuman yang mencantumkan harga untuk setiap barangnya, yang biasanya ditampilkan melalui kartu, kertas, atau media lainnya untuk memberikan kemudahan dan menarik perhatian pelanggan. Menu adalah daftar makanan yang tersedia bagi pelanggan untuk dipilih dan dinikmati (Pungus, 2016). Pada dasarnya jenis

menu makanan dapat dikelompokkan menjadi *à la carte* dan *table d'hôte* (Davis *et al.*, 2018).

a. à la carte

Jenis menu ini umumnya menjadi bentuk menu yang paling umum digunakan dalam berbagai operasi layanan makanan dan minuman. Menu ini memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk memilih dari seluruh item yang terdapat dalam menu, dengan jumlah hidangan yang dapat dipilih oleh pelanggan, dan biasanya ditandai dengan:

- 1) Memiliki pilihan yang lebih banyak daripada menu *table d'hôte*;
- 2) Semua hidangan disiapkan sesuai pesanan;
- 3) Setiap hidangan memiliki harga tersendiri;
- 4) Menawarkan menu spesial harian, '*plat du jour*', atau spesialisitas rumah;
- 5) Sulit untuk dikendalikan dibandingkan dengan menu *table d'hôte* karena ukurannya yang besar, disiapkan sesuai pesanan, dan permintaan yang tidak diketahui untuk setiap item.

b. Table d'hôte

Table d'hôte sebenarnya berarti makanan dari meja tuan rumah dan umumnya menawarkan pilihan yang lebih sedikit dari menu set berupa dua atau tiga hidangan dengan harga tetap. Menu ini dapat dikenali dengan:

- 1) Menu yang terbatas;
- 2) Jumlah hidangan yang sedikit, biasanya tiga atau empat;
- 3) Pilihan terbatas dalam setiap hidangan;
- 4) Harga jual yang tetap;
- 5) Semua hidangan siap disajikan pada waktu tertentu.

Jenis menu ini biasanya berisi hidangan-hidangan populer dan lebih mudah dikendalikan, dengan harga tetap yang berlaku untuk apa pun yang dipilih oleh pelanggan, atau ditetapkan berdasarkan hidangan utama yang dipilih dengan tambahan item yang kadang-kadang ditawarkan dengan harga tambahan.

6. Pengertian dan Jenis *Pastry*

Kata "*pastry*" berasal dari kata "*paste*" yang merujuk pada campuran tepung terigu, cairan dan lemak. Pembuatan *pastry* dimulai dari budaya Mesir yang mengolah tepung dan pasta air untuk membungkus daging yang dimasak agar bisa menyerap cairan. *Pastry* tersebut kemudian menyebar ke Timur Tengah dan masuk ke Eropa melalui pengaruh umat Islam pada abad ke-7. Pada abad pertengahan, pudding dan *pie* mulai dikenal, sementara *puff pastry* berkembang pesat setelah abad ke-17. Perbedaan mendasar antara *pastry* dan roti adalah bahwa *pastry* memiliki kandungan lemak yang lebih tinggi, terutama yang berlapis-lapis (*layered pastry*). Tekstur yang diinginkan dari sepotong *pastry* adalah kerenyahan di luar dan kelembutan di dalam (Lestari & Dewi, 2017).

Terdapat berbagai jenis produk *pastry* yang berbeda, termasuk *puff pastry*, *danish pastry*, *croissant*, *short paste*, *choux*. Setiap jenis produk *pastry* memiliki komposisi bahan dan metode pengolahan yang berbeda (Lestari & Dewi, 2017).

a. *Puff Pastry*

Puff pastry adalah jenis *pastry* yang tidak mengandung ragi dalam bahan pembuatannya. Produk ini dianggap sebagai ratu dari segala *pastry* karena

merupakan jenis *pastry* yang paling sulit dibuat dan memerlukan tingkat keahlian yang tinggi. Ciri khas dari *puff pastry* adalah penambahan lemak (korsvet) ke dalam adonan dasar melalui proses pelipatan berulang yang menciptakan banyak lapisan yang bergantian antara adonan dan lemak.

b. *Danish Pastry*

Danish pastry adalah produk *pastry* yang menggunakan adonan dengan tambahan ragi dan lemak *roll in flat*, seringkali diisi atau ditambahkan *topping* yang memiliki rasa manis. Karakteristik yang dianggap baik pada *danish pastry* meliputi adanya lapisan-lapisan tanpa terpisah satu sama lain dan memiliki kulit berwarna keemasan yang menarik.

c. *Croissant*

Croissant dan *danish* memiliki beberapa kesamaan dalam penggunaan ragi dan cara pengembangan dengan dua jenis terareasi. Perbedaan utama terletak pada kandungan gula dan telur yang lebih tinggi dalam *danish*, menghasilkan rasa yang lebih manis dan tekstur yang lebih empuk. Baik *croissant* maupun *danish* melibatkan sejumlah pelipatan dalam proses pembuatannya dengan jumlah pelipatan maksimum sekitar empat kali dan optimum tiga kali.

d. *Short Paste*

Short paste adalah adonan dasar yang digunakan dalam berbagai produk makanan penutup seperti *tart*, *pie*, *tartelet*, *quiche*, *fruit flan*, dan *fruit tart*. *Pie* memiliki karakteristik kering, tanpa lapisan, renyah, dan biasanya ditutup. *Tart* dan *tartelet* memiliki bentuk yang mirip dengan *pie*, tetapi lebih rendah dan diisi dengan buah-buahan. *Flan* memiliki tekstur kering

dan berbentuk kerucut. *Quiche* adalah jenis pie yang asin, dan biasanya diisi sebelum dipanggang.

e. *Choux*

Choux adalah produk yang memiliki ciri khas ringan dengan volume yang besar dan pengembangan yang kuat. Salah satu bentuk yang paling dikenal oleh masyarakat adalah kue sus atau kue dengan tekstur lembut dan berrongga di bagian dalam yang dapat diisi dengan vla atau bahan lainnya. Terdapat dua bentuk dari produk ini, yaitu *éclairs* (berbentuk lonjong) dan *cream puff* (berbentuk bandar).

7. Pengertian dan Jenis *Dessert*

Hidangan penutup adalah hidangan yang disajikan setelah hidangan utama sebagai pencuci mulut. *Dessert* cenderung memiliki rasa manis dan menyegarkan, meskipun ada variasi yang memiliki rasa asin atau kombinasi rasa lainnya. Istilah "hidangan penutup" berasal dari kata "*dessert*" dalam bahasa Inggris, yang diambil dari bahasa Prancis Kuno "*desservir*," yang berarti "membersihkan meja." (Naqiyyah *et al.*, 2018)

Pada mulanya, hidangan pencuci mulut terdiri dari buah-buahan segar yang tidak mengalami proses pengolahan. Namun, seiring berjalannya waktu, hidangan pencuci mulut mulai beragam dengan mengambil inspirasi dari beberapa hidangan dasar seperti kue, pai, es krim, dan sejenisnya, yang kemudian dikombinasikan dengan saus, buah-buahan, sirup, krim, atau gabungan berbagai bahan dasar lainnya. Hal ini menghasilkan hidangan pencuci mulut yang lezat dan menggugah selera (Naqiyyah *et al.*, 2018).

Secara umum, *dessert* dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu hidangan penutup dingin (*cold dessert*) dan hidangan penutup panas (*hot dessert*). Pengelompokan ini didasarkan pada perbedaan suhu, baik dalam proses pembuatan maupun saat disajikan (Naqiyyah *et al.*, 2018).

a. Hidangan Penutup Dingin (*Cold Dessert*)

Cold dessert adalah hidangan penutup yang disajikan pada suhu dingin. Meskipun demikian, dalam beberapa kasus, proses pembuatannya mungkin melibatkan pemanasan sebelum disajikan dingin, dengan menyimpannya dalam lemari pendingin. Penting untuk memastikan bahwa *cold dessert* disajikan pada suhu yang tepat dan menggunakan peralatan yang dapat mempertahankan suhu dingin.

b. Hidangan Penutup Panas (*Hot Dessert*)

Hot dessert adalah *dessert* yang disajikan dalam keadaan panas atau hangat. Sesuai dengan namanya, hidangan ini harus dipanaskan sebelum disajikan. Penting untuk memastikan bahwa *hot dessert* benar-benar panas atau hangat ketika disajikan, dan peralatan yang digunakan untuk penyajiannya juga harus dipanaskan terlebih dahulu.

8. Aplikasi Konsep Teoritikal

Enclave Café & Library merupakan restoran yang termasuk ke dalam klasifikasi restoran informal, dimana *café* ini akan menawarkan makanan dan minuman dengan suasana yang santai dan tidak resmi. *Café* ini juga meliputi menu yang beragam dengan harga yang terjangkau seperti *pastry* dan *dessert* dengan menu utama yaitu *mini chiffon cake* dengan berbagai macam varian rasa seperti *vanilla*, *cheese*, *oreo*, *ube lotus*, *matcha*, *lemon yuzu*, *red velvet*,

dan klepon serta beberapa produk lainnya yang cocok untuk menemani para pelanggan dalam bersantai, membaca atau bekerja. Selain dari produk makanan, *café* ini juga akan menyediakan minuman kafein dan non-kafein untuk melengkapi pengalaman pelanggan.

Enclave Café & Library tidak hanya memberikan produk-produk unggulan melainkan juga memberikan pengalaman yang baru bagi para pelanggan dengan suasana yang berbeda yaitu *café* yang digabungkan dengan konsep perpustakaan. Melalui *café* ini, pelanggan dapat mengakses semua buku secara gratis dengan suasana yang lebih nyaman dan santai. Enclave Café & Library menyediakan beberapa macam jenis buku untuk para pelanggan seperti fiksi, non-fiksi, buku pelajaran dan akademis, biografi, puisi, komik, buku kesehatan, buku sains dan lainnya. Enclave Café & Library akan melakukan kerja sama dengan perpustakaan lokal yang disebut dengan *interlibrary loan* untuk memperkaya variasi koleksi di perpustakaan.

Enclave Café & Library akan menerapkan jenis pelayanan restoran yaitu *counter service*, dimana pelanggan melakukan pemesanan, pembayaran, dan pengambilan makanan dari satu titik yang biasanya berupa sebuah *counter*, lalu setelah itu pelanggan dapat langsung menikmati hidangan tersebut di meja yang telah disediakan dan memilih buku yang akan dibaca. Enclave Café & Library menggunakan jenis menu *à la carte* yang memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk memilih dari seluruh item yang terdapat dalam menu dengan harga secara individual hingga menawarkan menu spesial harian.

Enclave Café & Library akan terletak di Ruko Kawasan Megamas Manado, Sulawesi Utara yang merupakan pusat hiburan bagi masyarakat Kota Manado. Enclave Café & Library menggunakan konsep *library* yang memiliki aksesoris kayu yang dilengkapi dengan *book shelf* yang terletak di lantai dua dan meja makan untuk *dine-in* yang terletak di lantai satu.

