

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri *food and beverage* adalah industri yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Industri ini digadang sebagai industri yang tidak akan pernah mati mengingat manusia merupakan makhluk hidup yang membutuhkan makanan dan minuman dalam bertahan hidup. Adanya potensi yang besar dari industri *food and beverage* ini tentunya membuat munculnya banyak bisnis di bidang *food and beverage* dengan berbagai inovasi dan diversifikasi agar dapat menarik minat dari masyarakat (Syafi'i et al., 2023). Salah satu daerah yang mengalami perkembangan industri *food and beverage* yang pesat adalah Kota Manado.

TABEL 1
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Manado
2019-2022

Kecamatan	2019	2020	2021	2022
Malalayang	60	56	57	68
Sario	100	263	117	51
Wanea	2	0	6	43
Wenang	42	143	50	107
Tikala	4	0	3	22
Paal Dua	13	0	14	31
Mapanget	25	69	38	56
Singkil	1	0	1	48
Tuminting	9	0	11	50
Bunaken	0	73	0	2
Bunaken Kepulauan	5	0	3	0
Total	261	604	300	478

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2023)

Tabel di atas menunjukkan dinamika jumlah rumah makan (restoran) di Kota Manado pada tahun 2019-2022. Pada tahun 2020, jumlah rumah makan di Manado bertambah sebanyak 343 rumah makan. Walaupun mengalami penurunan pada tahun 2021, namun rumah makan di Manado mengalami pertumbuhan kembali pada tahun 2022 dengan total sebanyak 478 rumah makan. Industri rumah makan di Kota Manado ini didominasi oleh beberapa kecamatan yaitu Wenang, Malalayang, Mapanget, dan Sario.

Kota Manado adalah Ibukota dari Provinsi Sulawesi Utara yang terdiri dari 11 kecamatan dan 87 kelurahan. Masyarakat dari Kota Manado mayoritas berasal dari Suku Minahasa. Kota yang dikenal dengan sebutan Nyiur Melambai ini dikelilingi oleh berbagai keindahan alam yaitu barisan pegunungan hijau, bukit, laut biru, dan tiga pulau yaitu Bunaken, Manado Tua, dan Siladen. Selain itu, Kota Manado juga mendapat pengaruh budaya dari bangsa Eropa yaitu Portugis, Spanyol, dan Belanda dalam beberapa hal seperti bahasa, kebiasaan, termasuk makanan dan minuman (Marzuki, 2020).

Perkembangan industri *food and beverage* di Kota Manado dapat dilihat secara nyata melalui spot kuliner yang selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat Manado yaitu Kawasan Megamas. Kawasan Megamas ini dipenuhi banyak pilihan makanan dan minuman dengan berbagai sarana penjualan mulai dari *food truck*, warung, restoran, *café*, dan *bar*. Menu yang dijual di Kawasan Megamas juga sangat bervariasi yang mencakup makanan ringan, makanan cepat saji, makanan tradisional, dan juga makanan serapan dari luar seperti Korea, Jepang, dan China. Kawasan

Megamas ini menawarkan pesona keindahan pantai sembari menikmati makanan dan minuman (Musda et al., 2023).

GAMBAR 1
Kawasan Megamas Manado



Sumber: Wisato.id (2021)

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis pada 12 September 2023, salah satu restoran yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Kota Manado di Kawasan Megamas ini adalah Restoran Tuna House. Restoran ini menawarkan berbagai menu tuna yang *fresh* mulai dari tuna bakar, tuna woku, tuna RW yang dihidangkan dengan sambal khas Manado yaitu dabu-dabu. Para konsumen dapat menikmati hidangan tuna *fresh* dengan melihat pemandangan dari pantai Bunaken.

GAMBAR 2
Makanan Restoran Tuna House Manado



Sumber: Instagram @tunahousegroup (2023)

Jika dikaji lebih dalam dari industri makanan dan minuman, tentunya industri ini tidak hanya seputar makanan berat saja. Di Indonesia, masyarakat tidak hanya menyukai makanan berat, melainkan masyarakat juga menggemari kudapan manis seperti roti dan kue serta hidangan penutup (*dessert*). Berdasarkan data dari Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) yang dirilis oleh Kementerian Kesehatan pada tahun 2018, terdapat 40,1% responden yang mengonsumsi makanan manis lebih dari satu kali per hari, 47,8% responden mengonsumsi makanan manis 1-6 kali per minggu, dan terdapat 12% responden yang mengonsumsi makanan manis kurang dari 3 kali per bulan (Riskesdas, 2019).

TABEL 2
Rata-rata Pengeluaran Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan Minuman Kota Manado Tahun 2022

Kelompok Konsumsi	Pengeluaran Per Kapita (Rupiah)
Roti tawar	726
Roti manis, roti lainnya	2875
Kue kering, biskuit, semprong	1236
Kue basah (kue lapis, bika ambon, lempeng, dsb)	4824
Bubur kacang hijau	651
Makanan gorengan	268
Lontong/ketupat sayur	12
Soto, gule, sop, rawon, cincang	715
Siomay, batagor	252
Sari buah kemasan, minuman kesehatan, minuman berenergi	367
Es krim	618

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2022)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata pengeluaran per kapita masyarakat Manado cukup besar dalam roti dan kue. Masyarakat Manado cenderung menggemari kue basah seperti kue lapis, bika ambon, lempeng. Selain itu, masyarakat Manado juga menggemari roti manis dan

jenis roti lainnya. Lalu, terdapat kue kering, biskuit, dan semprong serta roti tawar. Dari tabel 2, dapat dianalisis bahwa masyarakat Kota Manado memiliki minat yang cukup besar untuk produk *bakery* seperti roti dan kue.

Salah satu *bakery café* yang menjual roti dan kue jadul di Kota Manado adalah Ananas Cake and Bakery Manado. *Bakery* yang terletak di Jalan BW Lopian 39 Manado ini memiliki beberapa produk unggulan yaitu panada, *klappertart*, pisang goreng sambal roa, dan es kacang brenebon durian. Ananas Cake and Bakery ini dapat menjadi tempat yang tepat bagi masyarakat yang ingin bersantai sambil menikmati roti, kue, dan cemilan jadul.

GAMBAR 3
Ananas Cake and Bakery Manado



Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Produk *bakery* yang menjadi kebanggaan masyarakat Kota Manado adalah *klappertart* yang terbuat dari daging kelapa muda, tepung, gula, susu, telur, dan mentega. *Klappertart* merupakan kudapan manis bertekstur lembut khas Manado yang mendapat pengaruh dari Belanda. Hadirnya *klappertart* sebagai kudapan keunggulan dari Kota Manado tentunya sejalan dengan fakta bahwa Provinsi Sulawesi Utara yang menduduki peringkat ke-

2 penghasil kelapa terbesar di Indonesia dengan luas perkebunan kelapa sebesar 276.80 ribu hektar dengan produksi kelapa sebesar 271.10 ribu ton per tahunnya (Simanjuntak et al., 2023).

GAMBAR 4
Klappertart Manado



Sumber: <https://www.kompas.com/> (2020)

Industri toko roti (*bakery*) di Kota Manado juga mengalami perkembangan yang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya berbagai usaha *bakery* dalam berbagai skala. Cakupan dari produk *bakery* tidak hanya sebatas roti saja, melainkan terdapat produk *cake* (*pound cake, sponge cake, muffin*), *pastry* (*puff pastry, short crust pastry*), dan biskuit atau *cookies* (Rizka et al., 2018). Usaha toko roti (*bakery*) di Kota Manado juga ramai dipenuhi oleh berbagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masih beroperasi secara *online* tanpa memiliki fasilitas untuk *dine-in*. Selain itu, industri toko roti (*bakery*) di Kota Manado juga diramaikan oleh *brand franchise* seperti *Mako Bakery, Holland Bakery, The Harvest Cakes, Dapur Cokelat, dan Takadeli Cake Boutique*.

Dilansir dari harian *Kompas.com* (2022), di tengah perkembangan zaman dengan banyaknya tren baru yang masuk ke Indonesia, konsep roti

jadul masih terus melekat di masyarakat Indonesia dan cukup sulit tergantikan. Hal ini dapat dilihat dari eksistensi dari roti jadul yang tentunya tetap bertahan di Indonesia mengingat roti jadul dikenal dengan tampilan dan cita rasanya yang klasik. Menurut Arief Maulana yang merupakan *Head Pastry Chef* di *Beau Bakery*, kue jadul bersifat *everlasting* sehingga walaupun banyak pengaruh produk kue dari luar negeri, pada akhirnya masyarakat Indonesia akan kembali ke selera awal yaitu kue jadul (Chaniago, 2022). Melihat perkembangan kue jadul di Indonesia saat ini, tentunya diperlukan sentuhan visual yang lebih lagi agar masyarakat memiliki daya tarik yang lebih tinggi.

Produk *bakery* jadul tentunya dapat dikurasi berdasarkan hasil *research* dan observasi atau pengamatan fenomena roti jadul yang kembali diangkat oleh *influencer* di Indonesia. Kurasi roti jadul juga didukung dengan adanya pelaksanaan wawancara dengan masyarakat lokal dalam menunjang hasil *research* yang ada. Pada umumnya, roti jadul tidak menggunakan bahan-bahan yang kompleks melainkan lebih memanfaatkan bahan-bahan dari potensi alam daerah setempat. Pada umumnya, roti jadul hanya mengandung telur, susu, tepung, gula, dan ragi yang divariasikan dengan isian yang disesuaikan dengan potensi alam masing-masing daerah seperti kacang tanah ataupun kelapa. Roti jadul juga cenderung didominasi oleh rasa manis karena masyarakat Indonesia cenderung menyukai rasa manis.

Roti jadul cenderung memiliki tekstur yang lembut, isian yang padat, dan rasa yang cenderung legit. Dalam pelaksanaannya, roti jadul

masih menggunakan mentega atau margarin, bukan menggunakan *butter* sehingga aroma dari roti jadul cukup khas dan wangi. Ciri khas lainnya dari roti jadul juga pada umumnya memiliki bentuk yang sederhana. Hal ini bisa dilihat dari bentuk roti bluder seperti mangkuk dan bentuk roti ganjel rel yang mirip dengan rel kereta api. Adanya *trend* roti jadul yang kembali diangkat oleh berbagai *influencer* dan pengusaha roti jadul turut membuat masyarakat mengenai ciri khas roti jadul serta mampu membedakannya di pasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada masyarakat setempat pada bulan Oktober 2023, masyarakat Kota Manado cenderung menggemari varian roti jadul seperti roti sisir, roti kelapa, roti keju, dan roti goreng yaitu panada.

Berdasarkan informasi yang dilansir dari harian *detikfood.com* pada tahun 2022, Chef Yongki Gunawan menuturkan bahwa roti jadul disukai oleh masyarakat Indonesia sepanjang masa karena teksturnya yang lembut serta rasa yang legit karena kandungan dari lemak (*butter*) yang tinggi. Roti jadul ini tentunya berbeda dengan roti Barat seperti *sourdough*, *baguette*, *hard roll*, dan lain-lain yang cenderung memiliki tekstur yang lebih keras dan kenyal. Memang tren roti barat ini cukup menarik perhatian di kalangan milenial, namun roti tersebut kurang cocok untuk sebagian besar kalangan masyarakat Indonesia yang sudah terbiasa untuk mengonsumsi roti yang bertekstur lebih lembut (Basoni, 2022).

Berbicara tentang roti jadul tentunya tidak terlepas dari unsur sejarah yang ada di dalamnya. Kehadiran roti di Indonesia diperkenalkan oleh orang Belanda pada tahun 1930 dimana prajurit Belanda memperjualbelikan roti

kepada masyarakat pribumi Indonesia. Roti yang diperkenalkan merupakan roti yang memiliki tekstur yang keras yang sering disantap dengan sup. Seiring berjalannya waktu, roti diadaptasi oleh masyarakat pribumi menjadi lebih lembut dengan berbagai varian rasa. Awal mula roti masuk ke Indonesia dimulai dari roti bluder, roti sisir, roti srikaya, dan roti gambang. Dengan adanya pengaruh budaya kolonialisme Belanda, roti menjadi salah satu alternatif sarapan bagi warga selain nasi (Suryana, 2023).

Salah satu daerah yang mendapatkan pengaruh kuliner yang cukup signifikan dari Belanda adalah Kota Manado. Keunikan dari produk *bakery* jadul Manado tentunya tidak terlepas dari pengaruh budaya Belanda, Spanyol, dan Portugis. Salah satu jajanan pasar yang digemari oleh sebagian masyarakat Kota Manado adalah panada. Kue panada disebut juga *empanada* diyakini berasal dari Galicia, Spanyol. Kue panada ini diperkenalkan oleh bangsa Spanyol kepada masyarakat lokal Minahasa ketika mereka menjajah Indonesia setelah berakhirnya masa penjajahan Portugis. Kue panada asli diisi dengan berbagai isian seperti *seafood* dan sosis babi (*chorizo*) dengan bentuk yang jauh lebih besar. Seiring berjalannya waktu, kue panada diadaptasi oleh masyarakat lokal Kota Manado dengan bentuk yang lebih kecil dengan isian ikan cakalang. Kue panada merupakan jajanan pasar yang sangat digemari oleh masyarakat Kota Manado hingga saat ini (Suryana, 2023).

Asimilasi dari budaya kolonialisme Belanda cukup melekat pada kue tradisional Manado, salah satunya adalah *klappertart* yang diperkenalkan oleh wanita Belanda yang menetap di Belanda. Cerita sejarah

dari *klappertart* ini tentunya menjadi sebuah kisah yang menarik dalam hadirnya kudapan manis di Kota Manado. *Klappertart* berasal dari bahasa Belanda yaitu *klapper* berarti kelapa dan *taart* yang berarti kue. Cerita ini bermula dari wanita Belanda yang menetap di Indonesia pada masa kolonialisme ini memiliki kegemaran memasak dan menjahit. Melihat kekayaan alam dari Kota Manado yaitu kelapa maka mereka tertarik untuk membuat sebuah hidangan dari kelapa (Wanudya, 2023).

Pada abad ke-18 zaman kolonialisme Belanda, masyarakat Indonesia pertama kali diperkenalkan dengan gandum sehingga terdapat tepung dalam pembuatan produk *klappertart*. Penggunaan kismis juga dipengaruhi oleh budaya kolonial Belanda dimana saat itu terdapat perkebunan anggur di Manado dimana kismis dibuat dari anggur yang dikeringkan. Pada masa itu, para bangsawan Indonesia yang berteman dengan wanita Belanda tertarik dan belajar cara membuat *klappertart* dari orang Manado yang kemudian diwariskan secara turun temurun (Wanudya, 2023).

Keunikan dari produk *bakery* jadul khas Manado juga bisa dilihat dari tradisi kolonialisme Belanda yang memperkenalkan penggunaan bahan rempah-rempah dalam pembuatan produk makanan. Hasil kreasi wanita Belanda menciptakan kemunculan roti dan kue yang mengandung spekulat dan *speculaas* seperti kue *ontbijtkoek* yang kemudian cukup berkembang di Kota Manado. Pada masa itu, orang-orang Belanda memadukan tradisi dapur Eropa dan Nusantara dengan menggunakan bahan rempah-rempah komoditas asli Indonesia. Setelah era penjajahan Belanda berakhir, tradisi

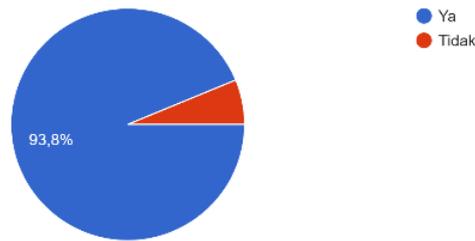
pembuatan kue dengan menggunakan rempah-rempah terus dipertahankan oleh masyarakat Indonesia hingga saat ini. Tradisi ini juga diangkat menjadi sebuah festival bernama *Tong Tong Fair* dimana masyarakat Belanda bernostalgia dengan kue khas Nusantara seperti spekuk, roti gambang, dan *ontbijtkoek* (Jamil, 2020).

Dengan tingginya minat masyarakat akan produk jadul tentunya harus diimbangi dengan penyedia produk tersebut, namun saat ini ternyata pelaku usaha untuk produk roti dan kue adalah 60% UMKM tradisional yang cenderung memasarkan produk secara *online* maupun memiliki *offline store* tapi tidak terlalu besar, hanya 20% yang merupakan produsen besar dan 12% merupakan produsen roti artisan (Hidayah, 2020). Berdasarkan observasi dari penulis sepanjang bulan September 2023, fenomena ini juga terjadi di Kota Manado di mana penulis menemukan hanya sedikit toko roti (*bakery*) yang menyediakan fasilitas *dine-in*, khususnya toko roti (*bakery*) jadul. Penulis menemukan paling tidak terdapat tiga *bakery* jadul yang menyediakan fasilitas *dine in* di Kota Manado yaitu *Ananas Cake and Bakery*, *Cella Bakery*, dan *Fiesta Ria Café Bakery*. Di sisi lain, antusiasme masyarakat untuk hal ini cenderung tinggi, terutama untuk produk seperti kue dan roti jadul khas Manado. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan *preliminary survey* untuk mengetahui minat masyarakat Kota Manado terhadap produk *bakery* jadul. *Preliminary survey* ini dilakukan dengan menggunakan *internet survey* melalui *google form*. *Preliminary survey* berlangsung dari tanggal 10-12 September dengan jumlah responden

sebanyak 32 orang. Berikut ini adalah diagram hasil kuesioner minat masyarakat Manado akan produk *bakery* jadul.

GAMBAR 5
Diagram Kuesioner Minat Masyarakat

Apakah Anda menyukai produk bakery jadul (roti dan kue) khas Manado?
32 jawaban



Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

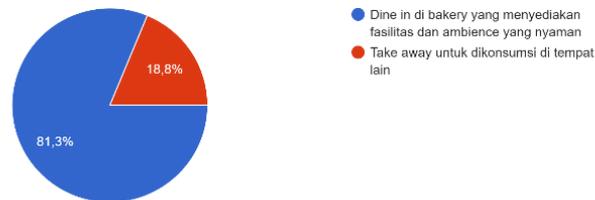
Berdasarkan analisis penulis dengan adanya data primer melalui hasil penyebaran *preliminary survey* melalui *google form*, penulis dapat mengetahui bahwa masyarakat Kota Manado sudah mengenal dan cenderung menyukai produk *bakery* jadul (roti dan kue) khas Manado. Hal ini dapat dilihat dari hasil penyebaran kuesioner yaitu 93,8% dari responden menyukai produk *bakery* jadul khas Manado. Dari hasil jawaban responden tersebut dapat disimpulkan sementara bahwa produk *bakery* jadul harus dipertahankan dan juga dilestarikan. Berdasarkan analisis sementara hasil jawaban dari responden, dapat terlihat adanya kesenjangan (*gap*) antara minat masyarakat dan tersedianya *bakery* jadul di Manado, khususnya *bakery* jadul yang menyediakan fasilitas *dine in*. Jika tidak dilestarikan, produk *bakery* jadul khas Manado bisa tersaingi oleh produk-produk *bakery brand* asing yang masuk ke Kota Manado.

Produk *bakery* jadul khas Manado tersebut tentunya harus diperluas jangkauannya sehingga dapat turut membantu perekonomian daerah. Dengan meningkatnya popularitas dari produk *bakery* jadul khas Manado tentunya dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal dan turut membantu para pemasok (*supplier*) lokal. *Bakery* jadul sebagai aset gastronomi Kota Manado berpotensi tertutup jika tidak ada strategi pengembangan yang didukung oleh semua pihak terkait. Berikut ini adalah diagram hasil kuesioner mengenai preferensi masyarakat Manado dalam menikmati produk *bakery* jadul.

GAMBAR 6
Diagram Kuesioner Preferensi Konsumsi Masyarakat

Di antara pilihan berikut, opsi manakah yang menjadi preferensi Anda dalam menikmati produk *bakery* jadul?

32 jawaban



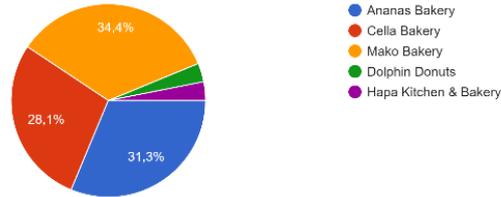
Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Dari *preliminary survey* juga dapat dilihat bahwa 81,3% responden cenderung ingin menikmati produk *bakery* jadul secara *dine-in* di *outlet* yang menyediakan fasilitas dan juga *ambience* yang nyaman. Hal yang menjadi permasalahan adalah kurangnya *bakery café* jadul di Kota Manado yang menyediakan fasilitas *dine in* yang dapat memenuhi permintaan (*demand*) dari masyarakat Kota Manado. Sebagian besar *bakery* jadul di Manado cenderung lebih memilih untuk melayani konsumen secara *take*

away. Berikut ini adalah diagram hasil kuesioner mengenai pilihan *bakery* dari masyarakat Manado.

GAMBAR 7
Diagram Pilihan *Bakery* Masyarakat

Di antara pilihan toko roti (*bakery*) di bawah ini, manakah yang menjadi pilihan Anda?
32 jawaban



Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Dari diagram di atas, toko roti (*bakery*) jadul ditandai dengan bagian berwarna merah yaitu *Cella Bakery* dan bagian berwarna biru yaitu *Ananas Bakery*. Untuk toko roti (*bakery*) kekinian ditandai dengan bagian berwarna jingga (*Mako Bakery*), hijau (*Dolphin Donuts*), dan ungu (*Hapa Kitchen & Bakery*).

Data di atas menunjukkan bahwa 34,4% responden lebih memilih untuk mengunjungi *bakery* kekinian yaitu *Mako Bakery*. Posisi kedua dan ketiga ditempati oleh *bakery* jadul yaitu *Ananas Bakery* dan *Cella Bakery*. Hasil ini menunjukkan bahwa sebesar 59,4% responden cenderung memilih untuk mengunjungi *bakery* jadul. Fenomena ini tentunya menghadirkan sudut pandang baru bahwa sebagian dari masyarakat tidak memilih untuk mengunjungi *bakery* jadul di Manado. Sebagian responden lebih menyukai untuk mengunjungi *bakery* kekinian di Manado.

Dengan adanya beberapa permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan analisis kelayakan bisnis *outlet* roti dan kue berkonsep jadul dengan nama Roemah Oma Bakery. Nama yang diambil cenderung mengangkat nuansa kuno dan tradisional khas Nusantara. Kata “Roemah” mencerminkan kesan rumahan sehingga diharapkan para pelanggan dapat merasakan nostalgia dengan memakan roti dan kue seperti sedang berada di rumah sendiri. Kata “Oma” menekankan bahwa produk yang dijual di *bakery* ini merupakan produk legendaris dan warisan dari para leluhur sehingga untuk rasanya tidak perlu diragukan lagi. Roemah Oma Bakery ini berlokasi di Ruko Mega Smart IX No. 1 Jalan A.J Sondakh 2 Kawasan Megamas, Kota Manado, Sulawesi Utara. Pemilihan lokasi ini menggunakan metode *factor rating* yang akan dijelaskan secara detail di Bab 3 yaitu bagian operasional.

Konsep dari Roemah Oma Bakery ini adalah perpaduan dari nuansa tradisional dan modern dimana produk-produk yang dijual merupakan produk jadul legendaris tetapi desainnya cenderung modern bertema klasik. Produk dari Roemah Oma Bakery ini adalah roti jadul, kue jadul, jajanan pasar, cemilan, dan minuman tradisional. Konsep desain dari Roemah Oma Bakery adalah konsep jadul dengan mengambil sedikit serapan budaya Belanda mengingat Kota Manado mendapat pengaruh yang cukup besar ketika Belanda menjajah Indonesia. *Benchmark* yang diambil untuk desain interior Roemah Oma Bakery adalah Roemah Koffie yang terletak di Mall Carstensen, Gading Serpong. Desain interior dari Roemah Oma Bakery akan dirancang dengan desain minimalis klasik dengan penambahan ornamen-

ornamen kolonial. Beberapa produk yang ditawarkan di Roemah Oma Bakery juga mendapat pengaruh dari Belanda. Berikut ini adalah foto yang menggambarkan suasana (*ambience*) dari Roemah Koffie, *Coffee & Roastery* yang terletak di Gading Serpong.

GAMBAR 8

Roemah Koffie, Coffee & Roastery Gading Serpong



Sumber: Instagram @roemahkoffie (2023)

Keunikan produk *bakery* jadul khas Kota Manado yang merupakan perpaduan dan akulturasi dari budaya Portugis, Spanyol, Belanda, dan Minahasa ini dapat diperkenalkan kepada masyarakat Kota Manado melalui hadirnya Roemah Oma Bakery. Roemah Oma Bakery ini bertujuan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan mengemas roti dan kue tradisional Kota Manado seperti panada, koyabu, apang, lalampa, dan berbagai roti tradisional lainnya seperti bluder, roti kelapa, dan biapong sehingga lebih menarik di masa kini dan mampu memenangkan persaingan di tengah munculnya *trend* roti dan kue dari berbagai negara yang masuk ke Indonesia. Roemah Oma Bakery diharapkan dapat menjadi tempat dimana

wisatawan domestik maupun internasional dapat mencicipi sajian roti dan kue khas Minahasa.

Keunikan Roemah Oma Bakery dibandingkan dengan pesaing lainnya dilihat dari hadirnya suatu inovasi baru bahwa untuk dapat mengkonsumsi produk jadul juga bisa di suatu *bakery* yang nyaman, bukan sekadar tempat kecil di pelosok daerah yang tidak memiliki fasilitas *dine-in*. Di masa modern ini, banyak orang harus pergi ke pelosok daerah hingga masuk ke gang untuk dapat mencari produk jadul yang benar-benar enak. Para pengunjung dapat menyantap aneka roti dan kue serta minuman dengan santai sambil menikmati pemandangan pantai Bunaken. Pada sore hari, para pengunjung dapat menyaksikan *sunset* yang indah. Desain dari Roemah Oma Bakery juga menyuguhkan konsep *open kitchen* sehingga para pengunjung bisa melihat proses pembuatan produk secara langsung melalui kaca yang besar. Dalam pelaksanaannya, di Kota Manado belum memiliki tempat yang menyajikan suasana yang nyaman dengan pelayanan yang optimal sehingga Roemah Oma Bakery bertujuan untuk menangkap peluang tersebut.

Roemah Oma Bakery juga menyajikan produk sarapan berupa *toast* dengan isian makanan tradisional Kota Manado yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen untuk sarapan terlebih dahulu sebelum memulai aktivitas di sekolah dan kantor. Jika dibandingkan dengan *bakery café* jadul di Kota Manado, Roemah Oma Bakery merupakan *bakery café* jadul pertama yang menyajikan *elevated* kue jadul yaitu penyajian kue tradisional dengan cara yang lebih *modern* dalam bentuk *plated dessert*. Dengan

adanya program ini, Roemah Oma Bakery dapat mengangkat kue jadul menjadi hidangan penutup yang berkelas tinggi tanpa menghilangkan nuansa tradisionalnya. Hal ini merupakan salah satu inovasi baru yang ada di Kota Manado.

Selain itu, keunikan yang menjadi sarana promosi dari Roemah Oma Bakery adalah adanya kegiatan *workshop* secara gratis dengan ketentuan tertentu yang memberikan sensasi baru kepada para pengunjung untuk dapat belajar membuat roti jadul dan juga mendekorasi bolu jadul dengan tampilan yang lebih *modern* dimana kegiatan *workshop* ini dapat turut membantu melestarikan produk *bakery* jadul. Dalam pelaksanaan *workshop* ini, Roemah Oma Bakery akan menggandeng komunitas lokal yang ada di Kota Manado sebagai sarana pemasaran aktif.

Roemah Oma Bakery akan dibuat sebagai daya tarik wisata bagi wisatawan yang datang ke Kota Manado dengan berbagai keunikan yang ada. Roemah Oma Bakery bukan hanya sekadar *café* yang menyuguhkan makanan dan minuman, melainkan Roemah Oma Bakery menghadirkan suatu pengalaman (*experience*) bagi para konsumen untuk bisa bernostalgia dengan produk, layanan, suasana seperti sedang berada di rumah oma. Oleh karena itu, Roemah Oma Bakery menjadi pilihan yang tepat bagi para pengunjung yang ingin kerja dan belajar di *café*, *coffee break*, nongkrong, dan juga melakukan kegiatan menarik seperti kegiatan *workshop* untuk memperdalam *skill pastry* dan *bakery*.

B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis (SKB)

Tujuan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini adalah untuk menganalisis kelayakan bisnis dari Roemah Oma Bakery dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan yang ada dari berbagai aspek. Adapun tujuan Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini dibagi menjadi dua tujuan yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*) yang akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Tujuan Utama (*Major objectives*)

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran adalah aspek yang berperan cukup signifikan dalam jalannya suatu bisnis. Dalam pelaksanaannya, studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi permintaan di pasar. Analisis permintaan didukung dengan adanya analisis kecenderungan (*trend*) pasar, proyeksi pertumbuhan dan proyeksi permintaan pasar, dan *demand side* dari pasar. Analisis permintaan tersebut akan dibantu dengan penyebaran kuesioner secara *online* sehingga bisa mengetahui target pasar dan memaksimalkan potensi pasar.

Adanya permintaan (*demand*) di pasar tentunya harus diimbangi dengan adanya penawaran (*supply*). Aspek penawaran dari bisnis juga akan dikaji mulai dari pesaing, pemasok, kuantitas, dan harga. Dalam pelaksanaannya, studi kelayakan bisnis ini juga bertujuan untuk menganalisis segmentasi, target, dan posisi bisnis

dalam pasar yang dilihat dari aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Analisis penawaran juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 8P yaitu *product, price, place, promotion, people, packaging, programming, dan partnership*.

Perencanaan bisnis ini juga didasari dengan analisis secara internal dan eksternal yaitu SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Untuk melihat kekuatan perusahaan maka digunakan teori *Porter's Five Forces* agar dapat memaksimalkan proses pemasaran dari Roemah Oma Bakery. Selain itu, adanya analisis faktor eksternal dari suatu bisnis bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup dan teknologi terhadap bisnis yang dibangun. Adanya uraian di atas dapat membantu penyusun agar mengetahui permintaan, penawaran, dan strategi dalam memaksimalkan pasar.

b. Aspek Operasional

Aspek operasional memegang peranan yang penting sebagai pondasi utama dalam pelaksanaan suatu bisnis. Dalam aspek operasional ini, studi kelayakan bisnis bertujuan untuk menganalisis rangkaian kegiatan yang akan dijalankan. Selain itu, analisis fasilitas dan peralatan yang dibutuhkan juga sangat penting dalam mendukung kelancaran pelaksanaan operasional suatu bisnis. Adanya hubungan antara kebutuhan ruang dan fasilitas juga akan dikaji secara jelas dan detail.

Faktor lain yang berpengaruh secara signifikan adalah faktor lokasi dari bisnis yang dibangun. Suatu lokasi dapat turut memengaruhi keputusan konsumen dalam mengunjungi suatu tempat. Tujuan lain dari studi kelayakan bisnis ini adalah untuk melakukan analisis terhadap tata letak (*layout*) dan sistem teknologi. Sistem teknologi tersebut mencakup perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*) yang akan digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam suatu bisnis, aspek sumber daya manusia (SDM) merupakan aspek yang penting karena berperan sebagai pelaksana rangkaian aktivitas bisnis. Dalam aspek ini, hal yang akan dianalisis adalah sistem pengorganisasian dari bisnis yang mencakup aspek pekerjaan (*personalia*), pengelola usaha, dan struktur organisasi. Analisis lain yang diperlukan adalah analisis mengenai proses pengembangan sumber daya manusia yang mencakup rekrutmen, orientasi, kompensasi, dan pelatihan serta pengembangan keterampilan karyawan. Dalam bagian ini, penulis juga bertujuan untuk menganalisis deskripsi dan kualifikasi dari posisi pekerjaan sehingga proses rekrutmen akan lebih terarah dan jelas sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan.

Selain proses rekrutmen, penyusunan proses orientasi juga penting karena proses orientasi akan membantu para karyawan agar dapat mengenal bisnis yang akan dijalankan. Dalam tahapan pengembangan sumber daya manusia, penyusunan program

pelatihan karyawan juga penting untuk mengasah keterampilan para karyawan secara *soft skill* maupun *hard skill*. Penyusunan program pengembangan sumber daya manusia ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan karyawan agar dapat memenuhi permintaan pasar dari para masyarakat.

Dalam pelaksanaan rangkaian aktivitas dari bisnis yang dijalankan, setiap karyawan juga akan diapresiasi agar dapat memotivasi para karyawan dalam bekerja. Selain itu, studi kelayakan bisnis ini juga bertujuan untuk menganalisis aspek yuridis dari bisnis yang akan dibangun mulai dari bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokasi, dan peraturan perundangan yang harus dipenuhi.

d. Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan, analisis awal yang akan dilakukan adalah analisis kebutuhan dan sumber dana untuk bisnis yang akan dioperasikan. Kebutuhan dari bisnis baik untuk pembangunan maupun operasional harus diakumulasikan dan disesuaikan dengan sumber dana yang ada. Analisis dan perhitungan biaya bisnis akan dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat inflasi yang ada. Selain itu, dalam aspek keuangan ini juga akan dianalisis perkiraan pendapatan dari bisnis yang akan dibangun.

Jalannya bisnis ini juga akan didukung dengan adanya penyusunan proyeksi neraca, rugi laba, dan arus kas. Penyusunan proyeksi neraca bertujuan untuk melihat posisi keuangan bisnis pada

periode tertentu, lalu laporan rugi laba akan melihat presentasi profit yang didapatkan, dan laporan arus kas bertujuan untuk melihat bagaimana arus kas masuk dan keluar dalam pelaksanaan operasional bisnis dari Roemah Oma Bakery.

Aspek lain yang penting adalah analisis titik impas (*break-even point*) dari bisnis yang akan dibangun. *Break-even point* ini bertujuan untuk menganalisis proyeksi pendapatan yang harus diterima agar perusahaan berada dalam titik baliknya. Studi kelayakan bisnis yang dilakukan juga bertujuan untuk melakukan penilaian investasi pada usaha yang akan dibangun. Dalam penilaian investasi, indikator yang digunakan adalah *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*, *payback period*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

Dalam pelaksanaannya, rasio laporan keuangan dan manajemen risiko juga akan dianalisis sehingga bisa mengetahui apakah bisnis yang dilakukan dapat *survive* di tengah berbagai risiko dan menghasilkan keuntungan (*profit*) yang maksimal.

2. Sub Tujuan (*Minor objectives*)

Sub Tujuan (*minor objectives*) dari Studi Kelayakan Bisnis (SKB) terhadap Roemah Oma Bakery ini adalah sebagai berikut.

- a. Menyediakan fasilitas *dine in* dengan *ambience* jadul dengan serapan nuansa kolonial Belanda untuk para masyarakat Kota

- Manado yang ingin menikmati produk roti dan kue jadul sehingga masyarakat dapat bernostalgia dan merasakan kesan “rumah oma”
- b. Memperkenalkan dan melestarikan produk *bakery* jadul khas Manado dan produk *bakery* jadul dari daerah lain di Indonesia
 - c. Mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Manado dengan bekerja sama dengan para pemasok lokal serta memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal
 - d. Berkontribusi untuk perekonomian negara dengan adanya pembayaran pajak usaha

C. Metodologi

Dalam melakukan Studi Kelayakan Bisnis terhadap Roemah Oma Bakery tentunya diperlukan metode penelitian dan data-data penunjang untuk proses penelitian. Berikut ini adalah uraian metodologi penelitian yang digunakan.

1. Jenis Penelitian

Terdapat tiga jenis penelitian yaitu penelitian kualitatif, kuantitatif, dan campuran. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian, sedangkan penelitian kuantitatif cenderung untuk mengumpulkan data dan diukur menggunakan ilmu statistik. Pada umumnya, penelitian kuantitatif ini akan mengumpulkan data numerik berupa angka lalu akan dilakukan analisis dengan ilmu statistika.

Penelitian campuran adalah penelitian yang akan menggabungkan penelitian kuantitatif dan kualitatif (Ramdhan, 2021).

Jenis penelitian yang akan digunakan untuk menganalisis Studi Kelayakan Bisnis terhadap Roemah Oma Bakery adalah penelitian campuran yang menggabungkan penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Dalam pelaksanaannya, metode penelitian kuantitatif akan digunakan untuk proses pengumpulan data yang akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui *google form*. Data hasil penyebaran kuesioner ini akan dianalisis untuk melihat gambaran responden, kondisi pasar, kecenderungan pasar, dan bauran pemasaran. Lalu, metode penelitian kualitatif digunakan dalam mendapatkan data-data pendukung dengan studi pustaka.

2. Sumber Data

Dalam pembuatan studi kelayakan bisnis ini, terdapat dua sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut.

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang didapatkan dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan. Sumber data primer yang akan digunakan adalah metode survei dengan kuesioner dan observasi (Hermawan & Amirullah, 2021).

1) Metode Survei dengan Kuesioner

Pengumpulan data akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui media internet (*internet survey*) yaitu dengan

fitur *google form* kepada target responden yang berdomisili di Kota Manado, Sulawesi Utara pada bulan Oktober 2023. Rincian kuesioner yang dibagikan mencakup demografi responden, kondisi pasar, dan bauran pemasaran. Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh Roemah Oma Bakery adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*.

2) Observasi

Penulis akan mengamati area lokasi tempat bisnis akan didirikan yaitu Ruko Mega Smart IX No. 1 Jalan A.J Sondakh 2 Kawasan Megamas, Kota Manado, Sulawesi Utara. Penulis akan melakukan observasi mengenai fasilitas, aksesibilitas, dan tingkat keramaian dari area tersebut.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari peneliti secara langsung, melainkan data diperoleh dan disajikan dari pihak lain yang bertujuan sebagai data penunjang. Data sekunder yang akan digunakan adalah sebagai berikut.

1) Studi Literatur

Studi literatur ini adalah kajian pustaka dan teori-teori yang dipublikasikan melalui berbagai media seperti buku, tesis, laporan, jurnal, koran, dan modul. Studi literatur ini akan menjadi data pendukung bagi peneliti untuk memperkuat analisis yang akan dilakukan (Hermawan & Amirullah, 2021).

Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan buku (*e-book*) dan jurnal secara elektronik untuk mendapatkan data dan informasi tentang industri *food and beverage* yang akan dikaji.

2) Data Publikasi Internet

Data publikasi internet adalah kumpulan data dan informasi yang dipublikasikan secara umum. Data publikasi internet ini mencakup publikasi milik pemerintah, perusahaan, dan organisasi. Dalam Studi Kelayakan Bisnis terhadap Roemah Oma Bakery, data publikasi yang digunakan adalah data-data dari pemerintah seperti data dari Badan Pusat Statistik (BPS) untuk melihat grafik dan tabel dalam industri *food and beverage*.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Dalam pelaksanaannya, kuesioner akan disebarkan kepada para responden yang berdomisili di Kota Manado. Penulis memilih area tersebut sebagai lokasi penelitian karena masyarakat yang tinggal di daerah tersebut berpotensi untuk mengunjungi Roemah Oma Bakery karena faktor aksesibilitas yang cukup dekat dengan lokasi usaha. Penyebaran kuesioner akan dilakukan pada bulan Oktober 2023.

4. Sampel

Sampel didefinisikan yaitu sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi di Kota Manado. Penulis juga akan menggunakan sampel sebagai wakil dari populasi yang akan diteliti.

a. *Sample Size*

Ukuran sampel (*sample size*) adalah jumlah sampel yang akan diambil. Dalam penelitian yang dilakukan, ukuran sampel yang diambil adalah 100 responden. Kriteria dari sampel adalah masyarakat Kota Manado dari usia di bawah 20 tahun hingga usia di atas 50 tahun yang bersedia untuk mengisi kuesioner yang disebarakan melalui fitur *Google Form*. Penentuan jumlah minimal sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya menggunakan rumus Slovin (Syarief, 2022). Berikut ini adalah perhitungan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi sebesar 10%.

FORMULA 1

Perhitungan Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{454.606}{1 + 454.606 (0,1)^2}$$

$$n = 99,97$$

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = tingkat signifikansi

Berdasarkan rumus Slovin di atas, dapat diketahui bahwa jumlah minimum responden yang harus dikumpulkan adalah 100 orang yang berdomisili di Kota Manado.

b. Teknik Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Metode *non probability sampling* ini didefinisikan sebagai metode *sampling* yang tidak memberikan *opportunity* yang sama bagi anggota populasi untuk menjadi sampel dalam suatu penelitian. Teknik yang digunakan adalah *convenience sampling* yaitu teknik *sampling* dimana peneliti akan memilih responden yang cukup mudah untuk dihubungi dan dijangkau. Menurut Sugiyono, teknik *convenience sampling* ini cenderung melakukan pemilihan sampel dengan bebas sesuai dengan kehendak hati peneliti dengan tujuan untuk mempermudah riset (Vierda, 2023). Penulis memilih untuk menggunakan teknik *convenience sampling* dalam penelitian untuk Roemah Oma Bakery karena terdapat kemudahan dalam menemukan responden, kecepatan dalam pengerjaan, dan juga biaya yang relatif rendah.

5. Alat Analisis Data

Dalam menyusun Studi Kelayakan Bisnis ini, terdapat beberapa alat analisis dalam mengolah data sebagai berikut.

a. Metode Statistik Deskriptif

Data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner akan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif. Metode statistik deskriptif digunakan untuk memberikan deskripsi data yang dilihat dari rata-rata (*mean*) (Syarief, 2022). Perhitungan rata-rata

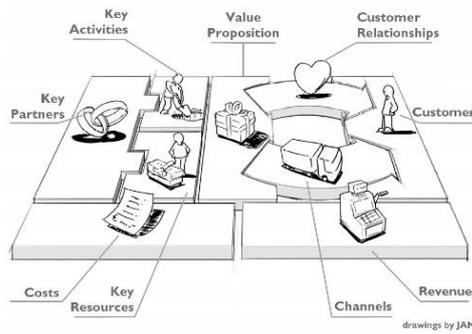
(*mean*) digunakan dalam menganalisis hasil data responden yang merujuk pada keputusan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian didasarkan pada bauran pemasaran (*marketing mix*). Dengan menggunakan rata-rata (*mean*), penulis dapat mengukur kecenderungan pasar melalui gambaran umum dari hasil kuesioner tanpa perlu melihat hasil dari data secara satu-persatu.

Dari hasil kuesioner, data yang dikumpulkan mencakup profil responden, kondisi pasar, dan bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam menganalisis bauran pemasaran (*marketing mix*), jawaban responden yang dikategorikan menurut skala *likert* akan dicari nilai rata-rata (*mean*) untuk dapat mengetahui validitas dari bauran pemasaran yang ditawarkan oleh Roemah Oma Bakery.

b. *Business Model Canvas*

Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010), *Business Model Canvas* menggambarkan sarana suatu perusahaan dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (*value*). Penggunaan *Business Model Canvas* ini bertujuan agar membantu proses analisis aspek-aspek pada studi kelayakan bisnis yang dibuat. Terdapat sembilan komponen dari BMC yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channel*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* (Osterwalder, 2010).

GAMBAR 9
Business Model Canvas



Sumber: Osterwalder & Yves Pigneur (2010)

c. *SWOT*

Menurut Kotler, SWOT adalah alat yang digunakan untuk menganalisis lingkungan bisnis yang didirikan baik secara internal maupun eksternal. SWOT digunakan untuk menganalisis faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) serta untuk menganalisis faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) (Kotler et al., 2022).

GAMBAR 10
SWOT Analysis

SWOT ANALYSIS



Sumber: Kotler (2017)

d. *Porter's Five Forces*

Menurut Porter (1990), *Porter's Five Forces* adalah alat yang digunakan dalam melihat kekuatan perusahaan dalam memenangkan persaingan di industri. Terdapat lima komponen dari *Porter's Five Forces* yaitu *competitive rivalry*, *threat of new entrants*, *threat of substitutes*, *bargaining power of suppliers*, dan *bargaining power of customers*.

GAMBAR 11
Porter's Five Forces Chart



Sumber: Porter (1990)

e. *Marketing Mix*

Marketing mix adalah alat pemasaran yang digunakan suatu perusahaan agar dapat memaksimalkan keuntungan (*profit*). Terdapat delapan komponen dalam *marketing mix* yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *packaging*, *programming*, dan *partnership*.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian Toko Roti (*Bakery*)

Bakery atau yang dikenal dengan toko roti adalah suatu perusahaan yang memproduksi makanan berbahan dasar tepung yang dipanggang dalam oven seperti roti (*bread*), kue kering (*cookies*), *cake*, *pastries*, dan *pie*. Toko roti (*bakery*) juga dapat didefinisikan sebagai bangunan tempat roti (*bread*), *pastries*, dan *cake* dibuat dan dipanggang serta sebagai tempat dimana produk tersebut akan dijual.

Produk dari *bakery* tergolong cukup luas dengan berbagai tingkat kesulitan. Kata “*baking*” tidak hanya merujuk pada proses produksi dari roti (*bread*) melainkan semua produk makanan yang menggunakan tepung (*flour*) sebagai bahan dasar yang memanfaatkan panas dan radiasi dari berbagai media. Produk dari *bakery* ini mencakup *bread*, *cake*, *pastry*, *biscuits*, *crackers*, *cookies*, dan *pies*. Di dalam pembuatan produk tersebut juga terdapat komponen tambahan seperti *topping*, *frosting*, dan *filling* (Fernandes et al., 2020).

2. Sejarah dan Perkembangan Industri Toko Roti (*Bakery*)

Sejarah dari *bakery* di dunia dapat dilihat dari munculnya proses *baking* di dunia dimana *baking* termasuk dalam metode pengolahan makanan yang tertua di dunia. Proses awal di dunia *baking* dimulai dengan adanya pemrosesan biji-bijian sereal dengan dikeringkan dan dipanggang untuk menghasilkan rasa dan tekstur. Lalu, biji-bijian ini akan dimasak dengan air membentuk *forming gruel* atau *porridge*. Tahapan pemanggangan lapisan kental dari *forming gruel* (*porridge*) di

atas batu panas tersebut menghasilkan roti pipih primitive (*primitive flat bread*).

Di Mesir, roti beragi muncul secara tidak sengaja yang erat kaitannya dengan pembuatan bir dimana sebagian besar busa bir dimasukkan ke adonan roti atau sisa fermentasi dari pembuatan air digabungkan dengan air untuk membentuk roti. Adonan tertentu juga disimpan untuk mengembangbiakkan organisme fermentasi, lalu menggunakan sebagian dari adonan tersebut untuk menginokulasi adonan baru. Adanya campuran dari tepung, air, garam, dan ragi akan menghasilkan suatu adonan. Wilayah Mesir ini memiliki perkebunan gandum sebagai salah satu bahan makanan utama saat itu. Perkembangan roti di Mesir lalu menyebar ke area Yunani sampai akhirnya sampai ke daratan Eropa (Arwini, 2021). Oven pertama juga dipercaya dikembangkan oleh orang Mesir dimana bermula dari bejana silinder yang terbuat dari tanah liat lalu diruncingkan di bagian atas untuk memberikan bentuk kerucut. Bagian bawahnya adalah tungku dan bagian atasnya adalah area pemanggangan. Adonan akan dimasukkan ke dalam area pemanggangan melalui lubang di bagian atas.

Perkembangan ini menjadikan banyak orang yang berprofesi untuk memproduksi roti dan dalam skala besar menghadirkan toko roti (*bakery*). Industri toko roti menyebar dan Prancis menjadi pusat pembuatan *luxury breads*. Di Italia, industri ini juga cukup berkembang dengan hadirnya peningkatan teknik *baking* baru sehingga menghasilkan banyak roti yang beragam. Industri kue dan roti juga

masuk dan mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan di Indonesia. Kue dan roti yang masuk diawali dengan produk jadul yang diadaptasi dari Belanda saat Belanda menjajaki Indonesia. Saat ini, di Indonesia terdapat banyak toko roti (*bakery*), mulai dari *bakery* berskala kecil hingga *bakery* berskala besar. Industri *bakery* juga ramai dipenuhi oleh para pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Berdasarkan data dari Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), terdapat sekitar 100.000 UKM *bakery* yang tersebar di seluruh Indonesia. Adanya UKM ini tentunya terus meningkat seiring meningkatnya jumlah permintaan untuk produk *bakery*. Perkembangan industri kue dan roti ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang masuk ke Indonesia seperti masuknya gaya hidup yang sibuk sehingga memicu masyarakat ingin mengonsumsi makanan yang lebih ringan, lalu terdapat pertumbuhan kelas menengah di Indonesia sehingga permintaan akan produk dengan kualitas premium seperti *artisan bread* juga semakin meningkat. Selain itu, industri *food and beverage* juga terus berkembang sehingga meningkatkan peluang yang besar untuk usaha *bakery* dapat menjangkau pelanggan baru.

3. Jenis Toko Roti (*Bakery*)

Dalam membuka suatu usaha toko roti (*bakery*), terdapat beberapa jenis *bakery* sebagai berikut.

a. *Retail Bakery*

Retail Bakery disebut juga sebagai toko roti eceran yang menjual produk langsung ke para pelanggan dan tidak melalui bisnis

atau distributor lainnya. *Retail Bakery* ini cenderung memiliki interaksi spesifik dengan para pelanggan serta memerlukan modal yang lebih sedikit. Namun, *retail bakery* ini tentunya bergantung pada pelanggan sehingga memiliki pendapatan yang kurang stabil dibandingkan *wholesale bakery*.

b. *Wholesale Bakery*

Wholesale Bakery disebut juga sebagai toko roti grosir yang menjual produk ke bisnis lain seperti restoran, *grocery stores*, dan *café*. *Wholesale bakery* ini berfokus pada klien reguler dan sebagian besar *bakery* jenis ini tidak melayani pelanggan secara *dine in*. Adanya pesanan secara reguler dari bisnis lain memicu *wholesale bakery* ini untuk mendapatkan pendapatan yang lebih stabil serta memberikan fleksibilitas dari aspek lokasi. Namun, *wholesale bakery* ini tentunya memerlukan modal dan *staff* yang lebih banyak.

4. Jenis Pelayanan *Bakery* (*Bakery Service Styles*)

Dalam pelaksanaan bisnis *bakery* juga tentunya memiliki jenis layanan (*service styles*) yang harus dipertimbangkan. Menurut (Rondo, 2022), berikut ini adalah jenis layanan dalam industri *bakery*.

a. *Bakery Café*

Bakery café dikenal juga dengan *sit-down bakery* dimana *bakery* ini memiliki suatu area untuk para pelanggan dapat menikmati produk yang dijual (*dine-in area*). Pada umumnya, *bakery café* yang dibangun tentunya harus memiliki area yang luas yang mencakup untuk tempat display produk, area produksi, dan

juga area *dine-in* untuk para pelanggan. *Bakery café* ini tidak hanya menjual produk kue atau roti saja, melainkan terdapat minuman seperti kopi atau teh. Contohnya adalah *Tous Les Jours Bakery Café* di Gading Serpong.

b. *Home-based Bakery*

Home-based Bakery adalah *bakery* yang proses produksi, pemasaran, dan pendistribusiannya masih secara konvensional dilaksanakan di rumah. *Home-based Bakery* ini cocok untuk para pengusaha yang memiliki modal yang sedikit. Pada umumnya, *home-based bakery* ini berfokus pada pendistribusian dan pemasaran produk secara *online* tanpa memiliki *store* secara *offline*. Tipe *bakery* ini cocok untuk para pemula yang baru saja memulai usaha di bidang *bakery* ini. Contohnya adalah *Law's Kitchen* di Jakarta Barat.

c. *Counter-Service Bakery*

Counter-Service Bakery adalah *bakery* yang memiliki *store* secara *offline* tetapi tidak menyediakan area untuk *dine-in*. *Counter-Service Bakery* ini cenderung berfokus untuk melayani pelanggan yang datang langsung ke *bakery* untuk membeli produk (*walk-in guest*) dan juga para pelanggan yang sudah terlebih dahulu memesan produk melalui telepon lalu datang ke *store* untuk mengambil pesanan (*call-ahead*). Oleh karena itu, *counter-service bakery* ini cenderung berukuran lebih kecil daripada *bakery café*. Namun, *counter-service bakery* ini juga dapat berfokus pada pesanan produk

dalam jumlah yang lebih besar. Contohnya adalah *Kayla Bakery* di Gading Serpong.

d. *Food Truck Bakery*

Food Truck Bakery adalah produk-produk yang akan dipasarkan dipajang di *truck*, lalu para pelanggan dapat membeli secara langsung di tempat *truck* tersebut berdiam. Pada umumnya, *food truck bakery* ini tergolong sarana penjualan yang cukup populer, murah, dan memungkinkan proses penjualan dilakukan di tempat yang berbeda-beda.

5. Jenis Pelayanan Restoran

Dalam suatu restoran, termasuk *Roemah Oma Bakery* yang merupakan *bakery café*, tentunya terdapat jenis-jenis pelayanan untuk memastikan kenyamanan bagi para tamu dalam menikmati layanan di suatu restoran. Jenis-jenis pelayanan restoran adalah sebagai berikut (Subakti, 2019).

a. *Table Service*

Dalam jenis pelayanan ini, tamu akan diarahkan untuk duduk dan memesan hidangan kepada pelayan, lalu para pelayan akan mengantarkan hidangan ke meja para tamu.

1) *American service*

Pelayan mengantarkan hidangan yang telah dipersiapkan dan ditata oleh bagian *kitchen*.

2) *French service*

Para *chef* akan menyiapkan makanan secara langsung di depan para tamu.

3) *English service*

Pelayan bertugas mengantarkan makanan ke meja tamu, lalu tuan rumah akan membagikan hidangan kepada para tamu.

4) *Russian service*

Dalam jenis pelayanan ini, makanan diporsikan di *silver salvers* di *kitchen*, lalu pelayan akan menyajikan ke piring tamu.

b. *Buffet (Self-service)*

Jenis pelayanan yang mempersilahkan para tamu untuk memilih makanan dan porsi sendiri dari hidangan yang telah ditata di atas meja hiding.

c. *Counter Service*

Dalam pelaksanaannya, tamu akan memesan, mengambil pesanan, dan melakukan proses pembayaran di *counter*. Jenis layanan *counter service* ini tergolong praktis dan mudah.

d. *Take Away Service*

Jenis pelayanan ini memungkinkan tamu untuk membeli makanan yang telah disiapkan untuk dibawa pulang dan dikonsumsi di luar area restoran.

e. *Room Service*

Jenis pelayanan ini pada umumnya terdapat di hotel, villa, dan *resort*. Para tamu dapat memesan hidangan melalui telepon, lalu pelayan akan membawa hidangan ke kamar tamu.

f. *Gueridon Service*

Dalam *gueridon service*, hidangan akan dimasak setengah jadi di *kitchen*, lalu hidangan akan dilanjutkan dimasak di depan para tamu. Para *chef* dapat menunjukkan atraksi memasak di depan tamu (Ariyanthi & Suarcaya, 2020).

6. Kegiatan *Workshop*

Workshop atau yang dikenal dengan lokakarya adalah pertemuan interaktif dimana sekelompok orang akan menjalani serangkaian kegiatan untuk mengerjakan suatu proyek. Pada umumnya, suatu *workshop* akan dipimpin oleh instruktur atau fasilitator. Durasi dari kegiatan *workshop* ini cenderung bervariasi, mulai dari beberapa jam hingga beberapa hari. Tujuan dari kegiatan *workshop* adalah untuk menciptakan suatu ruang dimana sekelompok orang dapat bertemu untuk mendiskusikan pertanyaan, memberikan ilmu dan *skill*, bertukar pikiran, mengidentifikasi permasalahan, membuat keputusan, dan menghadirkan solusi yang bermanfaat.

Salah satu *workshop* yang cukup diminati oleh masyarakat adalah *workshop* di bidang *pastry* dan *bakery*. *Workshop* ini membuat para peserta dapat mempelajari teknik dan cara baru secara langsung sekaligus bertemu dengan para penggemar *pastry* dan *bakery*. Pada

umumnya, pembelajaran atau *workshop* di bidang *pastry* dan *bakery* ini lebih efektif dilakukan secara *hands on* sehingga para peserta dapat mempraktekkan teknik secara langsung (Purwatiningsih et al., 2022).

7. Standar Usaha Jasa Boga

Toko Roti (*Bakery*) tergolong dalam usaha jasa boga karena melakukan proses penyediaan makanan dan minuman yang mencakup proses produksi, penyimpanan, dan penyajian dengan menggunakan peralatan dan perlengkapan tertentu untuk disajikan di lokasi yang dibangun. Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Boga, terdapat tiga aspek yang harus dipenuhi yaitu aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan Usaha Jasa Boga.

a. Aspek Produk

Aspek produk ini mencakup proses penyediaan makanan dan minuman sebagai berikut.

- 1) Penyediaan makanan dan minuman berasal dari Indonesia, Asia, Eropa, atau Oriental
- 2) Terdapat standar yang digunakan yaitu Spesifikasi Pembelian Standar (*Standard Purchase Specification*)
- 3) Proses produksi makanan dan minuman memenuhi standar kesehatan dan keamanan pangan

b. Aspek Pelayanan

Aspek pelayanan mencakup prosedur operasional standar (*standard operation procedure*) sebagai berikut.

- 1) Pengadaan, penerimaan, penyimpanan, dan pengolahan bahan makanan dan minuman
- 2) Pengemasan, pengiriman, dan penyajian bahan makanan dan minuman
- 3) Pembayaran makanan dan minuman melalui media secara tunai maupun non tunai
- 4) Penanganan keluhan pelanggan dengan baik dan sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan

c. Aspek Pengelolaan

Aspek pengelolaan mencakup beberapa unsur seperti organisasi, manajemen, dan sarana prasarana.

- 1) Unsur organisasi ini mencakup adanya profil perusahaan, dokumen prosedur operasional standar sebagai petunjuk pelaksanaan kerja, rencana usaha ke depannya, serta peraturan yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan Undang Undang Republik Indonesia
- 2) Unsur manajemen ini mengatur proses jalannya usaha yang akan didirikan. Hal ini mencakup adanya program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3), sertifikat hygiene sanitasi jasa boga, pelaksanaan evaluasi, program pelatihan, dan seragam dengan adanya logo perusahaan untuk para karyawan
- 3) Unsur sarana dan prasarana mengatur teknis dalam pembangunan usaha boga sebagai berikut.

- a) Pada lokasi usaha terdapat papan nama yang jelas dan dipasang sesuai dengan peraturan yang ditetapkan
- b) Ketentuan ruang dapur yaitu ruang dapur harus memiliki luas sesuai dengan rasio jumlah kapasitas produksi, mengikuti prosedur hygiene sanitasi, dan juga menggunakan peralatan dan perlengkapan dengan standar tara pangan (*food grade*)
- c) Area penyimpanan sesuai dengan standar rasio serta memenuhi prosedur hygiene sanitasi
- d) Terdapat ruang gudang yang meliputi tempat pendingin untuk bahan baku, tempat pembeku, tempat penyimpanan bahan kering, dan tempat penyimpanan peralatan
- e) Tersedia sarana pembuangan dan penampungan limbah sesuai peraturan perundang-undangan yang ditetapkan

8. Pengertian Roti (*Bread*)

Pengertian roti menurut Standar Industri Indonesia (SII) Nomor 0031-74 adalah makanan dengan bahan utama berupa tepung terigu yang diolah bersama dengan ragi sebagai bahan pengembang serta bahan tambahan lain seperti bubuk susu, lemak, garam, dan gula. Roti juga dapat ditambahkan bahan pelezat seperti kismis, sukade, coklat, dan lain-lain.

Dalam pembuatan adonan roti (*dough*), terdapat dua jenis *dough* yaitu *lean dough* dan *rich dough*. *Lean dough* merupakan adonan yang mengandung bahan-bahan dasar seperti tepung, ragi, gula, garam, dan

shortening. *Rich dough* merupakan adonan yang mengandung bahan dasar seperti *lean dough*, tetapi terdapat tambahan *butter*; *nuts fruits*, telur, dan kondimen sehingga menciptakan roti dengan rasa yang lebih *rich* (Quinineza, 2020).

9. Klasifikasi dari Produk Toko Roti (*Bakery*)

Produk *bakery* yang dikenal oleh masyarakat tentunya memiliki klasifikasi. Secara umum, produk *bakery* dibagi menjadi empat yaitu roti (*bread*), *cake*, *pastry*, dan biskuit atau *cookies* (Bijlwan et al., 2019). Berikut ini adalah klasifikasi dari produk *bakery* secara rinci.

a. *Bread*

Bread (roti) adalah produk paling umum di *bakery* yang terbuat dari tepung terigu, ragi, air, dan garam dan melalui berbagai tahapan untuk menghasilkan roti dengan tekstur yang diinginkan. Tahapan tersebut adalah *mixing*, *proofing*, *scaling*, *rounding*, *shaping*, *baking*, dan *cooling*.

b. *Sourdough*

Sourdough adalah roti yang terbuat dari campuran tepung sereal (*cereal flour*) dan air yang difermentasi dengan bakteri asam laktat secara alami tanpa menggunakan ragi.

c. *Steamed bread*

Steamed bread berasal dari Cina dimana adonannya terbuat dari tepung terigu atau campuran dari tepung gandum. Adonan akan diproses dengan cara dikukus. Bentuk umumnya adalah bulat atau silinder berwarna putih, licin, dan *shiny*.

d. *Cakes*

Cake adalah produk yang mengandung *shortening* dengan kadar yang tinggi, gula, telur, dan susu. *Cake* memiliki rasa yang manis, tekstur yang lembut, dan aroma yang wangi.

e. *Biscuits*

Biscuits berasal dari kata Latin yaitu *panis biscotis* yang berarti *twice cooked bread*. *Biscuits* mengalami proses pemanggangan di *hot oven*, lalu proses pengeringan di *cool oven*.

f. *Pastries*

Pastries mencakup produk yang dilaminasi dengan *fat* sehingga memiliki banyak *layer*. Produk dari *pastries* mencakup *puff pastry*, *croissant*, dan *danish pastry*.

g. *Pretzels*

Pretzels adalah kue berupa tiga simpul dengan rasa asin dengan sedikit rasa manis. Adonan dari *pretzels* umumnya terbuat dari tepung terigu, air, gula, ragi, dan ditaburi dengan garam.

h. *Dietetic bakery products*

Dietetic bakery products mencakup produk yang dirancang khusus untuk sekelompok masyarakat dengan *concern* tertentu seperti *food intolerance*, *sports nutrition*, *vegetarianism*, *low-fat*, *low-sugar*, dan sebagainya.

10. Aplikasi Konsep Teoritikal

Roemah Oma Bakery adalah *bakery cafe* yang mengusung konsep jadul dengan serapan budaya kolonial Belanda yang memfokuskan pada

penjualan produk *bakery* jadul. Berdasarkan jenisnya, Roemah Oma Bakery termasuk dalam *retail bakery* karena memiliki *offline store* yang berfokus untuk melayani pelanggan secara *dine-in* serta tidak menjual produk ke bisnis lain. Roemah Oma Bakery memiliki konsep *bakery café* dimana lokasi utama berperan sebagai tempat produksi dan juga tempat untuk melayani para pelanggan secara *dine in*. Roemah Oma Bakery yang berlokasi di Ruko Megasmart di Kawasan Megamas ini tentunya memberikan *ambience* yang nyaman bagi para pengunjung untuk menikmati kue dan roti dengan pemandangan pantai Bunaken yang indah.

Produk dari Roemah Oma Bakery adalah roti jadul, kue jadul, jajanan pasar, cemilan jadul, dan minuman tradisional. Roemah Oma Bakery ini menggunakan jenis pelayanan *counter service* dimana para pelanggan akan mengambil *tray* dan memilih jenis roti lalu akan dibawa ke *counter* untuk dibayar. Roemah Oma Bakery juga akan menghadirkan kegiatan *workshop* dengan syarat tertentu yang bertujuan untuk memberikan wadah pembelajaran bagi para *customer*.

Dalam pelaksanaannya, Roemah Oma Bakery juga menyediakan proses pembelian secara *online* melalui berbagai aplikasi seperti *GrabFood*, *GoFood*, dan *ShopeeFood*. Roemah Oma Bakery ini memiliki sistem pembayaran secara tunai dan non tunai. Untuk pembayaran secara non tunai dapat dilakukan melalui *debit*, *credit*, dan *e-wallet* berupa *GoPay*, *ShopeePay*, *OVO*, dan Dana.