

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pada zaman sekarang ini kuliner di Indonesia terus mengalami perkembangan yang cepat, terutama sejak beberapa tahun terakhir hingga saat ini, kuliner di Indonesia pun dilihat memiliki potensi untuk terus berkembang, di mana kuliner di Indonesia pun memiliki cita rasa yang sangat beragam, salah satu kuliner yang memiliki daya tarik dan minat yang tinggi dan berpengaruh pada masyarakat di Indonesia adalah hidangan penutup (Yanti *et al.*, 2022). Masyarakat gemar mengunjungi kafe, *dessert shop* dan tempat sejenis lainnya untuk menghabiskan waktu maupun melakukan aktivitas-aktivitas secara individu maupun berkelompok. *Dessert shop* pun menjadi salah satu tempat pilihan masyarakat untuk dikunjungi di mana *dessert shop* ini merupakan sebuah tempat atau toko yang menyediakan hidangan penutup atau *dessert* yang memiliki rasa manis.

Hidangan penutup merupakan sebuah hidangan yang memiliki rasa manis di mana hidangan ini dapat dihidangkan secara dingin maupun panas. Hidangan penutup ini biasanya dihidangkan diakhir dari susunan menu, setelah hidangan utama (Gisslen, 2018). Hidangan penutup ini menjadi sajian terakhir dan pencuci mulut yang memiliki rasa manis sehingga seseorang sudah tidak ingin menyantap hidangan lagi.

Hidangan penutup atau *dessert* ini pun tidak hanya disantap sebagai hidangan terakhir setelah hidangan utama. Namun, hidangan penutup atau *dessert* ini juga disantap sebagai cemilan yang manis, menyegarkan dan dapat pula menambah nilai gizi.

Hidangan *dessert* ini pun dibagi menjadi dua berdasarkan dengan cara penyajian yaitu, *cold dessert* dan *hot dessert*. *Hot dessert* merupakan hidangan penutup yang disajikan dalam suhu yang panas maupun hangat, seperti *bread pudding*, *churros*, *pie*, *flambe* dan lain-lain, sedangkan *cold dessert* merupakan hidangan penutup yang disajikan dalam suhu yang dingin, seperti, buah, es serut, es krim, puding, kue, dan lain-lain.

Pada zaman sekarang ini, sebuah hidangan makanan dan minuman tidak hanya menjadi kebutuhan pokok namun menjadi sebuah gaya hidup modern bagi setiap orang terutama pecinta kuliner. Di mana hal ini terjadi dikarenakan adanya tren maupun budaya baru yang terjadi di Indonesia. Terdapat banyak masyarakat di Indonesia pun sangat menggemari hidangan penutup atau makanan maupun minuman manis sebagai camilan maupun hidangan terakhir dari makanan yang dimakan. Dengan minat dan populernya hidangan penutup atau *dessert* yang tinggi di Indonesia, penulis pun memiliki ide untuk membuat *dessert shop* yang menjual berbagai macam jenis *dessert* yang terdapat pengaruh dari negara Cina, yang di mana dilakukan inovasi dan pembaharuan konsep baik dari segi rasa maupun tampilan karena pada zaman sekarang rasa tidak hanya menjadi satu-satunya penialain terhadap hidangan namun penampilan pada hidangan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen

pada saat pertama kali melihatnya, di mana hidangan yang disajikan harus memiliki tampilan yang menarik (Yanti *et al.*, 2022). Sekarang para masyarakat di Indonesia menjadi semakin terbuka dengan inovasi-inovasi yang terdapat dalam hidangan penutup yang mereka konsumsi maupun hidangan penutup internasional. Secara umum, kafe maupun restoran di Indonesia pun menyediakan berbagai macam hidangan penutup sebagai akhir hidangan bagi pelanggan-pelanggannya yang umumnya gemar mencicipi hidangan yang manis.

Berdasarkan pada kelompok konsumsi makanan dan minuman jadi di kota Batam, pengeluaran rata-rata dari kelompok komoditas tersebut memiliki angka yang tertinggi (rupiah/kapita bulan) dari tahun 2018-2020 dibanding dengan kelompok konsumsi lain, di mana pada tahun 2018 memiliki nilai sebesar 334.124,74, pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi 356.575,40 dan pada tahun 2020 bernilai 322.658,00. Sehingga, dari data angka yang cukup tinggi tersebut dapat diketahui bahwa terdapat banyak orang yang melakukan konsumsi dan membeli produk makanan dan minuman jadi (Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2021).

Sehingga, penulis pun memiliki ide untuk *dessert shop* yang menjual hidangan penutup dengan dua klasifikasi yaitu *hot dessert* dan *cold dessert*, yang sangat cocok bagi masyarakat di Indonesia, seperti yang diketahui Indonesia merupakan negara yang beriklim tropis di mana Indonesia hanya memiliki dua musim yaitu musim kemarau dan penghujan. Namun kedua musim ini pun tidak memiliki perbedaan yang relatif jauh.

Dari evaluasi dan pengamatan yang dilakukan oleh BMKG pada 116 stasiun, ditemukan bahwa rata-rata suhu udara pada bulan September 2023 mencapai 27.0 °C, sedangkan suhu udara klimatologis normal untuk bulan tersebut adalah 26.6 °C (berada dalam rentang normal 20.1 °C–28.6 °C). Dengan menggunakan nilai-nilai ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat anomali suhu udara di Indonesia pada bulan September 2023 sekitar 0.4 °C. (Badan Meteorologi, 2023).

GAMBAR 1
Suhu Rata-rata Bulanan Indonesia dari tahun 1991-2020 dan Suhu Rata-rata Bulanan Indonesia Hingga September 2023



Sumber: Badan Meteorologi (2023)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa Indonesia merupakan negara yang cocok untuk menjual hidangan penutup baik yang panas, hangat maupun yang dingin dan menyegarkan. Terdapat pula banyak masyarakat Indonesia yang gemar minum maupun makanan yang manis, dingin dan menyegarkan di tengah cuaca yang panas untuk menurunkan suhu tubuh yang tinggi.

Di Indonesia banyak terdapat tempat-tempat yang menjual es serut yang dipadukan dengan susu dan banyaknya jenis-jenis *topping* seperti cincau, mochi, sago mutiara, pudding, kacang merah, es krim, *jelly*, kacang-kacangan, *taro* dan lain-lain. Hong Tang, Fat Bubble dan Sumoboo merupakan beberapa contoh tempat yang menjual produk es serut tersebut.

Salah satu sektor pariwisata yang sangat penting adalah industri yang bergerak pada bidang penyediaan makanan dan minuman, di mana makanan dan minuman merupakan hal pokok yang harus terpenuhi bagi setiap orang. Pada saat ini usaha di industri makanan dan minuman seperti *bar*, kafe, *lounge*, restoran telah menjadi sebuah fenomena yang terus berkembang pada masyarakat dengan gaya hidup urban (Wahyuni, 2023). Restoran, kafe, *lounge* maupun *bar* pun terus bermunculan dengan berbagai pengembangan konsep baru di mana pembaharuan konsep ini sangat didepankan.

Pada zaman sekarang mengunjungi sebuah tempat seperti kafe menjadi salah satu tren dan gaya hidup bagi masyarakat di Indonesia terutama generasi muda. Sehingga, dapat dilihat pula terdapat peluang yang besar bagi pemilik bisnis untuk membuat sebuah tempat yang menarik dan menyenangkan bagi konsumen untuk berkunjung dan memberikan pengalaman yang baik bagi pelanggan. Adanya perubahan gaya hidup inilah yang terutama terjadi pada perkotaan memberikan dampak kepada masyarakat Indonesia ketika memenuhi kebutuhan dalam hidupnya di mana di lingkungan perkotaan ini menimbulkan kecenderungan pola konsumsi yang terus bertambah. Kafe dan *coffee shop* pun dijadikan sebagai salah satu sarana untuk berkumpul, bersosialisasi,

berbincang, menghabiskan waktu dan beraktivitas sambil menikmati hidangan makanan maupun minuman (Wahyuni, 2023)

Dalam sebuah kafe pun dibuat sedemikian rupa dengan desain interior dan suasana juga fasilitas yang cukup lengkap sehingga membuat orang-orang yang mengunjungi tempat tersebut merasa betah (Haristianti, 2021). Kebetahan ini dapat diartikan sebagai saat seseorang merasa bahagia ketika berada di suatu tempat selama jangka waktu tertentu, kesesuaian dengan rencana tinggal, dan kepuasan yang dirasakan adalah beberapa contoh dari keadaan mental seseorang yang dikenal sebagai kebetahan (Haristianti, 2021).

Di zaman sekarang pun orang-orang gemar sekali mengabadikan setiap momennya dengan mengambil foto maupun video yang disebar di media sosial terutama kalangan anak muda. Dengan konsep *dessert shop* yang memiliki desain interior menarik dengan hidangan yang tidak kalah menarik pula hal ini akan menjadi hal yang disukai oleh pembeli untuk mengabadikan momen tersebut.

Pengabdian momen dengan mengambil foto makanan maupun minuman sebelum dikonsumsi merupakan sebuah kebiasaan yang sudah terbentuk dalam masyarakat yang memiliki dampak positif pula, karena memberikan pengalaman yang menyenangkan walaupun hidangan yang disantap itu kurang nikmat.

Zaman sekarang setiap momen itu diabadikan dan ini telah menjadi sebuah tren, terutama makanan maupun minuman yang dibeli juga diabadikan sehingga penampilan dan penyajian makanan maupun minuman itu lebih

diutamakan dibanding dengan rasa dari hidangan tersebut. Fenomena ini disebut sebagai *foodstagramming* yaitu, mengambil dan mengunggah foto hidangan yang dibeli semenarik mungkin di media sosial pribadi.

Dalam studi kelayakan bisnis yang dibuat oleh penulis memiliki konsep *offline* berupa *dessert shop* yaitu sebuah toko yang menjual hidangan penutup atau makanan dan minuman yang memiliki rasa manis.

Selain itu, produk *dessert shop* dari penulis juga akan dijual secara *online* melalui *online delivery* atau aplikasi pendukung seperti GrabFood dan GoFood. Di mana hidangan penutup yang menjadi hidangan andalan adalah *signature yamy bowl* yaitu adonan mochi yang kental dan kenyal dipadukan dengan *yam paste* yaitu, olahan dari taro, ubi ungu yang diolah menjadi adonan yang kental yang diberikan berbagai *topping* dan *signature yamy shaved ice* yaitu es serut dengan berbagai *topping* dan dipadukan dengan *yam paste* juga dihias dengan menarik. Ide hidangan ini pun terinspirasi dari *chinese street dessert* yang dijual di tepi jalan negara Cina yang dibawa ke Indonesia dengan diadaptasi dan dibuat juga diolah dengan bahan-bahan dari Indonesia seperti umbi-umbian dan buah-buahan yang banyak ditemukan di Indonesia karena Indonesia memiliki iklim tropis sehingga terdapat banyak jenis umbi-umbian dan buah-buahan. Di mana bahan-bahan dasar tersebut memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia sehingga dengan dipadukan dengan bahan-bahan lainnya dan diolah menjadi satu hidangan penutup yang utuh, masyarakat dapat merasakan dan makan buah, umbi-umbian yang telah diolah atau digabungkan dengan hidangan penutup tersebut.

Melalui data yang telah dipaparkan tadi pembaharuan konsep merupakan salah satu faktor penting dalam membangun sebuah kafe sehingga penulis ingin membuat bisnis *dessert shop* yang memiliki konsep *fun* dan *colorful*. Konsep hidangan ini pun memiliki konsep yang *fun*, kreatif, menarik dan *colorful* di mana hidangan ini memiliki rasa dan penampilan yang berwarna dan menarik. Para pelanggan dapat makan di tempat dengan menghabiskan waktu, menikmati makanan maupun minuman sambil bersantai dengan nuansa desain interior dan suasana yang nyaman sambil melihat proses pembuatan pesanan mereka dan mendengarkan musik yang diputar atau jika tidak ingin makan di tempat dapat di *takeaway* maupun di pesan melalui aplikasi *online* atau pengantaran makanan secara *online*.

Konsep yang *fun* ini pun dapat dilihat dari desain tempat, pengemasan yang menarik dan hiasan pada hidangan yang indah dan menarik dengan berbagai macam *topping*, untuk rasa dari *dessert* ini pun memiliki rasa yang ringan di mana cocok untuk dinikmati sebagai cemilan di siang, sore maupun malam hari.

Bisnis *dessert shop* ini diberikan nama Yamy Yumz yang berasal dari dua kata bahasa Inggris yaitu *yamy* yang memiliki arti keunikan, muda, antusiasme dan misteri ubi dan *yumz* berarti luar biasa, lucu dan atraktif. Dengan dibuatnya bisnis ini diharapkan dapat memperkenalkan beragam inovasi jenis *dessert* yang dibuat dari umbi-umbian kepada masyarakat luas dan memberi tahu manfaat dari umbi-umbian kepada bagi orang-orang yang datang

membeli dan mengonsumsinya terutama pecinta umbi-umbian dan hidangan penutup atau hidangan makanan dan minuman manis.

Penyajian makanan dan minuman yang dibuat ini pun memiliki tujuan untuk mengemas hidangan penutup semenarik mungkin yang mengkombinasikan buah-buahan maupun umbi-umbian yang diolah di mana Indonesia sendiri sangat kaya akan tanah yang subur untuk membudidayakan buah-buahan maupun umbi-umbian di sana penulis ingin memperkenalkan keanekaragaman buah dan umbi-umbian di Indonesia yang diolah dan disajikan dalam satu hidangan yang dapat disantap secara utuh oleh pembeli dan tidak hanya itu, pembeli pun bisa mendapatkan gizi tambahan dari mengkonsumsi buah seperti, semangka, manga, stroberi dan umbi-umbian seperti singkong, talas dan ubi.

Umbi-umbian adalah tanaman pangan yang banyak dikenal sebagai sumber karbohidrat. Namun tidak hanya sebagai sumber karbohidrat, umbi-umbian juga memiliki banyak nilai gizi lainnya seperti, serat, protein vitamin C, magnesium, mineral, sodium, fosfor, dan zat besi yang baik bagi tubuh manusia. Kandungan nutrisi yang terdapat dalam umbi-umbian tersebut pun memiliki banyak manfaat bagi tubuh seperti, membantu menyehatkan saluran pencernaan, menjaga sistem kekebalan tubuh, meningkatkan kesehatan mata, membantu mengontrol gula darah, menguatkan tulang, menurunkan resiko terkena penyakit jantung, kanker dan masih banyak lagi.

Selain, sebagai sumber pangan, umbi-umbian pun menjadi komoditas penting sebagai bahan baku produksi seperti pati, tapioka, gula cair dan lain-

lain. Dalam studi kelayakan bisnis ini pun umbi-umbian seperti talas, ubi dan singkong akan digunakan sebagai bahan dasar dalam pengolahan hidangan penutup dan minuman teh susu. Dengan makan umbi-umbian dapat membantu memenuhi kebutuhan zat gizi yang didasarkan pada gagasan tentang gizi seimbang. Terdapat beberapa jenis-jenis umbi-umbian di Indonesia yaitu, ubi jalar, singkong, talas, kentang, gadung-gadungan, porang, suweg dan lain-lain. Umbi-umbian termasuk tanaman yang mudah untuk dibudidayakan karena untuk memproduksi umbi-umbian memerlukan biaya yang cukup rendah.

Jenis-jenis umbi-umbian adalah sebagai berikut:

1. Ubi Jalar

Di Indonesia terdapat 3 jenis ubi jalar yang populer untuk dibudidayakan yaitu, ubi ungu, ubi jalar, ubi merah dan ubi putih kecoklatan. Terdapat pula varietas dari ubi jalar yang populer seperti, kalasa, mendut, cilembu, lampeneng, ibaraki, dan lain-lain. Kandungan gizi dari masing-masing ubi jalar per 100 gram adalah sebagai berikut.

TABEL 1
Nilai Gizi dari Ubi Jalar

Sumber	Karbohidrat (gr)	Lemak (gr)	Protein (gr)	Serat (gr)	Kalori (kal)	Ca (mg)	Fe (mg)	Fosfor (mg)	Vitamin C (mg)
Ubi Merah	17,7	0,14	1,37	2,5	76,0	27,0	0,72	32,0	7.700,0

Sumber: Agustin (2021)

2. Ubi Kayu / Singkong

Ubi kayu / singkong disebut sebagai tanaman perdu dengan sejumlah cabang akar yang membesar menjadi umbi akar dan akar tunggang. Singkong ini biasanya memiliki warna putih atau kekuning-kuningan. Berikut merupakan kandungan gizi dari singkong per 100 gram.

TABEL 2
Nilai gizi dari Singkong

Sumber	Karbohidrat (gr)	Lemak (gr)	Protein (gr)	Serat (gr)	Kalori (kal)	Ca (mg)	Kalium (mg)	Fosfor (mg)	Fit C (mg)
Singkong	36,8	0,30	1,0	0,9	154	77,0	394	24,0	24,0

Sumber: Goentoro (2023)

3. Talas

Talas, biasanya dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sebagai cemilan, namun terdapat pula beberapa tempat atau daerah di Indonesia yang menjadikan talas sebagai makanan pokok. Berikut merupakan kandungan gizi talas per 100 gram.

TABEL 3
Nilai Gizi dari Talas

Sumber	Karbohidrat (g)	Lemak (g)	Protein (g)	Kalori (kal)	Ca (mg)	Fe (mg)	Fosfor (mg)	Fit B1 (mg)	Fit C (mg)
Talas	28,20	0,30	1,50	120,0	31,0	0,70	67,0	0,05	2,0

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

B. Tujuan Studi Kelayakan

Tujuan ditulisnya studi kelayakan bisnis ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui apakah bisnis Dessert Shop: Yamy-Yumz yang dibuat oleh penulis layak untuk dikembangkan atau tidak.

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

Tujuan utama dibuatnya studi kelayakan bisnis mengenai Dessert Shop: Yamy-Yumz adalah untuk menentukan apakah *dessert shop* ini layak dan menjanjikan untuk dibangun dan dikembangkan. Dengan dibangunnya *dessert shop* ini pun memiliki tujuan untuk menawarkan pilihan hidangan makanan maupun minuman yang menarik dan menyegarkan bagi pembeli dengan lokasi yang strategis dan suasana yang nyaman juga menarik bagi konsumen untuk menghabiskan waktu, bersantai, bercengkrama, berkumpul bersama teman maupun keluarga. Di mana dari produk-produk yang ditawarkan dan dibuat dari bahan umbi-umbian seperti talas, ubi maupun singkong dapat memperkenalkan dan memberikan pengetahuan maupun daya tarik kepada konsumen terhadap umbi-umbian dan hidangan yang ditawarkan. Selain itu, untuk konsep desain interior dari Dessert Shop: Yamy-Yumz mengambil beberapa warna pastel yang di mana memiliki warna yang muda seperti, warna biru muda yang memberikan kesan ketenangan, kesejukan dan memiliki arti lain yaitu inspirasi, kreativitas dan kebahagiaan yang dipadukan pula dengan warna yang pastel lainnya

seperti kuning yang memiliki arti optimisme, keceriaan dan semangat, merah muda yang memiliki arti menyenangkan dan feminin dan ungu yang lembut yang memberikan suasana relaksasi dan santai juga menyesuaikan tema yang *fun*. Sehingga sangat cocok bagi semua kalangan umur terutama anak muda. Namun konsep ini pula dengan aneka ragam warna yang digunakan dapat membuat semua orang dari semua kalangan umur merasakan kemenarikan dari konsep yang diberikan dan menarik untuk bersenang-senang dan bersantai.

Dalam menentukan apakah bisnis ini dapat berhasil untuk dibangun maka terdapat pula beberapa aspek yang harus diperhatikan sebagai berikut:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis pasar ini perlu dilakukan untuk mengetahui permintaan pasar yang ada dan penawaran yang dapat diberikan kepada target pasar untuk memenuhi ekspektasi dari pasar. Analisis ini akan dibantu dengan melakukan penyusunan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dan minat maupun potensi pasar yang ada.

Pembahasan bauran pemasaran yang akan dilakukan ini adalah dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, pengemasan, pemrograman dan kerja sama) untuk sesuai dengan hasil kuesioner dan teori pendukung lainnya. Selain itu,

analisis kondisi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, strategi promosi, dan kompetitor juga penting untuk dilakukan.

b. Aspek Operasional

Sistem operasional pada sebuah bisnis memiliki peran penting guna membantu sebuah bisnis untuk berjalan lancar dan sedemikian rupa. Penentuan lokasi yang matang sangatlah penting dalam membantu menganalisis faktor ekonomi untuk mengetahui apa saja pengaruh yang dapat timbul dalam rencana perkembangan bisnis di masa yang akan datang. Selain itu, menganalisis lokasi, tata letak, perencanaan kualitas dan kuantitas bahan baku juga perawatan peralatan serta teknologi dan proses produksi yang akan dilakukan.

c. Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Pengelolaan organisasi sangatlah penting untuk dilakukan untuk menciptakan sebuah strategi maupun struktur yang baik dan benar untuk menjalankan bisnis dengan lancar. Seleksi pada karyawan pun dilakukan untuk analisis deskripsi pekerjaan dan kualifikasi juga spesifikasi karyawan untuk mempermudah proses seleksi dan perekrutan karyawan. Orientasi pun diperlukan dalam aspek pengembangan sumber daya manusia seperti pengenalan terhadap struktur organisasi, operasional bisnis.

d. Keuangan

Dana merupakan salah satu aspek penting, di mana *initial investment* yang dibutuhkan oleh bisnis ini akan dijadikan patokan penyusunan dan menulis rincian sumber dana serta kebutuhan yang dibutuhkan. Terdapat pula, beberapa perkiraan pada aspek keuangan yang disusun untuk data biaya dan perhitungan yang dibutuhkan selama pembangunan dan operasional bisnis. Perkiraan biaya untuk bisnis pun akan diperhitungkan dan disusun, baik untuk operasional maupun kegiatan bisnis lainnya berdasarkan asumsi inflasi dan besar-kecilnya bisnis sebelum penyusunan studi dilakukan.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Menciptakan lapangan kerja baru.
- b. Menyediakan suasana dan tempat yang nyaman bagi konsumen sambil menikmati hidangan penutup yang disediakan, mencoba menu-menu yang kombinasi yang menarik sambil menikmati waktu bersama-sama orang terdekat ataupun sendiri, bersantai, berkumpul, berbincang, bersosialisasi maupun mengerjakan tugas.
- c. Mempopulerkan jenis umbi-umbian di Indonesia dengan olahan yang dibuat.

- d. Memberikan kesempatan bagi pemasok lokal untuk menjadi *supplier* bahan baku buah maupun umbi-umbian segar kepada bisnis kami.
- e. Meneliti dan mengevaluasi tren, kebutuhan dan preferensi target pasar yang ditentukan.

C. Metodologi

Dalam pemenuhan kelengkapan data studi kelayakan bisnis yang dibuat, penulis pun akan menggunakan data dukungan menjadi bahan pertimbangan kelayakan bisnis Dessert Shop: Yamy Yumz.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh dari sumber pertama secara langsung oleh individu yang melakukan penelitian dengan tujuan untuk melakukan sebuah penelitian. Dalam memperoleh data primer dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu, kuesioner, wawancara, observasi dan eksperimen. Dessert Shop Yamy-Yumz akan memperoleh data primer dengan kuesioner yang secara *online* untuk mendapatkan sumber data dengan cepat yang dibagikan melalui *google forms*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari data yang ada di beberapa sumber tertulis yang dikumpulkan dari peneliti lain sebelumnya. Data sekunder ini pun dapat diperoleh dari beberapa sumber seperti: data Badan Pusat Statistik (BPS), internet atau *website*, seperti jurnal artikel, e-

book, dan publikasi *online* baik dari pemerintah maupun non-pemerintah. Data-data tersebut pun diambil dari sumber data yang relevan dan terpercaya

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pengertian *Shop*

Shop atau toko merupakan sebuah tempat di mana seseorang atau sekelompok orang untuk membeli barang atau jasa (Cambridge Dictionary, 2023). Tempat ini dapat seperti toko buku, toko baju, toko makanan dan minuman, toko manisan, toko retail dan lain-lain.

Toko ini juga merupakan sebuah bisnis atau usaha yang dijalankan. Salah satu bisnis yang cukup populer adalah *dessert shop* atau tempat yang secara khusus menjual hidangan penutup. Di mana bisnis ini menjadi usaha yang dibuka untuk memuaskan selera pecinta makanan manis konsumen yang di mana dapat menawarkan berbagai macam hidangan penutup.

Idealnya lokasi dari toko ini biasanya berada di tempat yang cukup ramai dan banyak dilalui oleh orang-orang seperti kawasan perkantoran, mal yang memiliki banyak pelanggan yang tertarik untuk membeli.

2. Klasifikasi layanan

Layanan dapat diklasifikasikan menjadi 5 yaitu, *table service*, *assisted service*, *self-service*, *single-point service* dan *specialized* atau *in situ service* (Walker *et al.*, 2021)

- a. *Table service* adalah layanan dengan mengantarkan makanan langsung ke meja tamu, beberapa jenis table service adalah English/silver service, American/plate service, French/Butler service, Gueridon, bar counter dan family service.
- b. *Self-service* adalah layanan di mana tamu mengambil makanan sendiri pada *display* atau *buffet*, contoh layanan dari *self-service* dapat ditemukan pada kantin dan kafetaria. Jenis dari layanan ini pun berupa *free-flow*, *counter*, *supermarket* dan *echelon*.
- c. *Assisted service* adalah layanan dari kombinasi antara *self-service* dengan *table service*, di mana hidangan akan diantarkan ke meja tamu dan tamu juga dapat mengambil makanannya sendiri.
- d. *Single-Point service* adalah layanan yang dilakukan dengan cara tamu memesan, membayar dan mengambil pesanan minuman dan makanan mereka di *counter*, *vending machine* atau *bar*. Jenis layanan ini berupa, *take away*, *vending*, *kiosks*, *drive-thru*, *bar*, *food court* dan lain-lain.
- e. *Specialized or in situ service* adalah layanan yang dilakukan dengan membawakan minuman dan makanan ke tempat tamu berada. Jenis layanan ini biasanya banyak terdapat di kereta, rumah, sakit dan pesawat. Jenis layanan ini berupa, *lounge room*, *drive-in*, *tray*, *trolley* dan *home delivery*.

3. Klasifikasi Menu

Menurut (Walker *et al.*, 2021), *menu* dapat diklasifikasikan menjadi 6 yaitu sebagai berikut:

- a. *À La Carte Menu*, menu ini menawarkan harga tersendiri untuk makanan dan minumannya.
- b. *Table D'hôte Menu* merupakan menu yang menawarkan beberapa pilihan hidangan dengan harga yang telah ditentukan atau tetap.
- c. *Tourist Menu*, menu yang dibuat untuk menarik perhatian wisatawan.
- d. *Cyclical Menu*, menu yang disajikan secara berulang kali namun dalam periode waktu tertentu seperti, 7, 14, 28 hari sekali.
- e. *Du Jour Menu* merupakan menu yang berisikan daftar item hidangan yang disediakan dan ditawarkan pada hari itu saja.
- f. *California Menu* merupakan menu yang terdapat dalam daftar yang dapat dipesan oleh tamu kapan saja sepanjang hari itu. Banyak restoran memiliki menu khusus untuk setiap makan—sarapan, makan siang, makan malam, dan bahkan sarapan siang—dan pelanggan dapat memesan apa pun dari menu kapan saja sepanjang hari.

4. Pengertian *Dessert*

Dessert merupakan makanan manis yang dimakan di akhir hidangan (Gisslen, 2018). Hidangan penutup atau *dessert* merupakan hidangan terakhir yang disajikan kepada tamu setelah semua hidangan telah selesai dikonsumsi oleh tamu dan setelah semua makanan di atas meja itu diangkat.

Dessert ini pun diklasifikasikan menjadi beberapa jenis yaitu, kue, *cookies*, *fried pastries*, *pastries*, *tarts* dan *tartlets*, *pies*, *custard* dan *puddings*, *souffles*, *mousses* dan *frozen desserts*. *Frozen desserts* pun dibagi

menjadi beberapa yaitu, es krim, *frozen yoghurt*, *sorbets*, *granite*, *gelato parfait*, *fruit desserts* dan *ice milk*.

5. Pengertian *Open Kitchen*

Dapur terbuka (*open kitchen*) merupakan konsep dari sebuah kafe, restoran atau tempat yang menjual produk makanan maupun minuman yang terbuka di mana dapur tersebut dapat dilihat dan diawasi secara langsung oleh konsumen dari persiapan hingga proses makanan maupun minuman mereka dibuat. Dengan konsep ini pun dapat dijamin kualitas dari makanan dan minuman yang disajikan kepada konsumen.

Open kitchen atau yang biasanya disebut *exhibition kitchen* atau dapur pameran ini semakin populer karena memiliki perlengkapannya sendiri (Walker *et al.*, 2021). Restoran menciptakan suasana yang lebih interaktif dan menggembarakan dengan membuang tembok yang memisahkan koki dari pelanggan, memiliki dapur terbuka memiliki beberapa keuntungan, seperti menambah energi pada ruang makan, membuat acara untuk pelanggan, seperti menonton pertunjukan, dan memberi pelanggan pengalaman berada di "dalam", mirip dengan acara TV realitas (Walker *et al.*, 2021).

6. Konsep Operasional

Dessert Shop: Yamy-Yumz ini merupakan toko yang menjual hidangan penutup yang terutama menjual makanan dan minuman manis dan segar. Minuman yang dijual adalah minuman teh susu dan es serut olahan ubi juga *yam paste*. Hidangan penutup ini memiliki konsep yang *fun*, menarik,

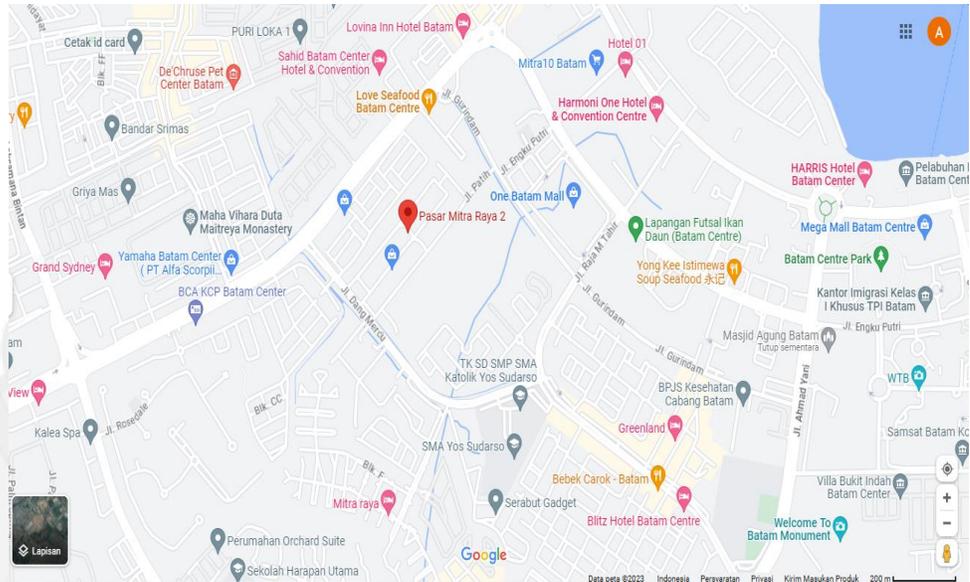
praktis untuk langsung dibawa dan unik. Dengan kombinasi bahan-bahan yang berkualitas tinggi dan memiliki nilai gizi pula. Konsep desain interior dari *dessert shop* ini pun dibuat dengan warna pastel yaitu kuning, biru, merah muda dan ungu yang menyesuaikan konsep *fun* dan *colorful* sehingga menjadi sebuah identitas dari Dessert Shop: Yamy-Yumz dengan desain interior yang nyaman pula.

Menu yang ditawarkan oleh Dessert Shop: Yamy Yumz adalah *à la carte menu* di mana *menu* tersebut berisikan daftar makanan dan minuman beserta harganya. Selain itu, juga dapat dilakukan *single-point service* yaitu dengan *takeaway* yang melakukan pesanan di *counter* dan pembeli dapat membawa pesanannya untuk dikonsumsi di tempat lain. Selain itu, juga dapat dipesan melalui platform atau aplikasi pemesanan *online* seperti, Gofood dan GrabFood.

Dessert Shop menjual produk makanan dan minuman dengan harga yang cukup terjangkau dan beberapa metode pembayaran dapat dilakukan oleh calon pembeli yaitu secara tunai maupun non-tunai yaitu dengan kartu maupun *e-wallet*. Bisnis dari Dessert Shop: Yamy-Yumz akan terletak di Batam yang beroperasi mulai pukul 10.00 hingga 22.00 WIB pada hari Senin-Minggu.

GAMBAR 2

Lokasi Bisnis Dessert Shop: Yamy-Yumz di Pasar Mitra Raya 2, Kota Batam



Sumber: Google Maps (2023)

Lokasi dari Dessert Shop: Yamy-Yumz berada di Pasar Mitra Raya 2, Jl. Dang Merdu, Teluk Tering, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau. Lokasi ini dipilih karena Pasar Mitra Raya 2 merupakan lokasi yang strategis karena berada di kecamatan kota Batam yang ramai di mana dekat dengan pusat pembelanjaan, sekolah, perkantoran, pasar modern, hotel dan pemukiman masyarakat. Selain itu, lokasi ini juga memiliki aksesibilitas, visibilitas yang baik, mudah untuk ditemukan dan memiliki tempat parkir yang memadai bagi pelanggan yang datang. Sehingga lokasi ini sangat cocok untuk dibangun bisnis *dessert shop*.