

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Seiring berjalannya waktu perkembangan *Food and Beverage Service Industry* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, karena persaingan antar perusahaan semakin ketat sebab semakin banyaknya sektor penjualan makanan dan minuman (Kementerian Perindustrian, 2017). Dengan adanya persaingan tersebut, akan memberikan dampak bagi berbagai perusahaan dalam pemilihan terhadap produk tersebut. Salah satunya bisnis di bidang *Food and Beverage* yang akan selalu ditemui di mana saja mulai dari *café*, restoran, bar dan rumah makan yang terus bertambah jumlahnya. Bagi pebisnis, usaha *Food and Beverage* memiliki peluang yang cerah untuk ke depannya karena pada dasarnya permintaan makanan dan minuman tidak akan pernah berkurang, serta merupakan kebutuhan dasar manusia. Hal ini menciptakan peluang bagi para pebisnis untuk memenuhi permintaan dan penawaran produk dengan ide kreatif, pengalaman yang inovatif dengan menyesuaikan tren dan preferensi konsumen. Para pebisnis memiliki kebebasan untuk menciptakan hidangan baru, menggabungkan cita rasa yang unik, dan menawarkan pengalaman kuliner yang berbeda. Seiring perkembangan zaman, perkembangan pasar dari industri *Food and Beverage* sendiri juga mengalami perkembangan yang signifikan, sehingga sektor tersebut memiliki kesempatan yang sangat besar dalam lingkup bisnis.

**TABEL 1**  
Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Industri Penyedia Makanan dan Minuman Tahun 2020 – 2022

<b>Pertumbuhan PDB Industri Makanan &amp; Minuman</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
	1,58%	2,54%	4,90%

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (2022)

Berdasarkan data pada Tabel 1, Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional dari tahun 2020 hingga 2022. Dilansir oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, nilai PDB industri makanan dan minuman dari tahun ke tahun memiliki pertumbuhan industri yang selalu stabil di atas 7%, namun pada tahun 2020 dan 2021 pertumbuhan industri ini semakin melambat dikarenakan pandemi COVID-19 melanda. Tahun 2021 sendiri menjadi tahun perbaikan untuk angka pertumbuhan PDB tahun sebelumnya yaitu 1,58% dengan menghasilkan angka pertumbuhan 2,54%. Pada tahun 2022, PDB industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90%. Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman, Adhi S Lukman, memproyeksikan pertumbuhan industri pada tahun 2022 mengalami peningkatan kisaran 5%-7% (Badan Pusat Statistik, 2022).

**TABEL 2**  
**Jumlah Usaha Penyedia Makan Minum Skala Menengah Besar**  
**Menurut Provinsi dan Jenis Usaha, Tahun 2021**

Provinsi Province	Jenis Usaha/Business Type			Jumlah Total
	Restoran/Rumah Makan Restaurant	Katering Catering	PMM Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1. Aceh	20	1	9	30
2. Sumatera Utara	125	2	33	160
3. Sumatera Barat	91	4	65	160
4. Riau	317	9	149	475
5. Jambi	42	0	9	51
6. Sumatera Selatan	227	13	35	275
7. Bengkulu	21	0	13	34
8. Lampung	126	3	123	252
9. Kep. Bangka Belitung	26	0	5	31
10. Kepulauan Riau	107	2	56	165
11. DKI Jakarta	3 923	59	1 177	5 159
12. Jawa Barat	1 038	49	327	1 414
13. Jawa Tengah	241	17	108	366
14. D.I. Yogyakarta	170	10	56	236
15. Jawa Timur	488	54	279	821
16. Banten	398	10	131	539
17. Bali	141	2	58	201
18. Nusa Tenggara Barat	21	1	6	28
19. Nusa Tenggara Timur	22	0	7	29
20. Kalimantan Barat	37	0	10	47
21. Kalimantan Tengah	33	0	20	53
22. Kalimantan Selatan	73	5	29	107
23. Kalimantan Timur	92	16	24	132
24. Kalimantan Utara	14	1	16	31
25. Sulawesi Utara	27	0	9	36
26. Sulawesi Tengah	5	0	2	7
27. Sulawesi Selatan	132	6	100	238
28. Sulawesi Tenggara	17	1	1	19
29. Gorontalo	11	0	21	32
30. Sulawesi Barat	1	0	0	1
31. Maluku	15	2	14	31
32. Maluku Utara	15	0	5	20
33. Papua Barat	4	1	2	7
34. Papua	22	1	13	36
<b>Indonesia</b>	<b>8 042</b>	<b>269</b>	<b>2 912</b>	<b>11 223</b>

Sumber: Direktori Usaha Penyedia Jasa Pariwisata (2021)

Berdasarkan Tabel 2 dari data BPS tahun 2021, terdapat 11.223 usaha penyedia makanan dan minuman di seluruh Indonesia, termasuk rumah makan, layanan katering, dan usaha makanan minuman lainnya. Dalam hal ini, DKI Jakarta memiliki jumlah usaha terbanyak, yaitu sebanyak 5.159 usaha, dengan nilai konsumsi tertinggi pada tahun 2021. Dengan demikian hal tersebut membuat industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri yang memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia. Dari data pada Tabel 1 dan 2 dapat disimpulkan bahwa membuka suatu usaha yang berhubungan dengan industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan

sebuah peluang besar yang menguntungkan dan menjanjikan, tak terkecuali dalam usaha bisnis yang menyajikan hidangan penutup atau *dessert*.

Dilansir dalam jurnal (Anggareta, 2022), bisnis *dessert* menjadi salah satu fokus utama dalam dunia industri kuliner karena merupakan sebuah bisnis yang paling populer di Indonesia. Bisnis *dessert* dapat populer karena memiliki banyak ruang untuk berinovasi dan mengembangkan kreativitas pada hidangan penutup. *Dessert* atau hidangan penutup merupakan jenis makanan ringan yang disajikan paling akhir setelah sajian utama (Anggareta, 2022). *Dessert* umumnya memiliki rasa yang manis dan memiliki berbagai tekstur yang menggoda selera, seperti kue, puding, es krim, buah-buahan yang diolah atau berbagai kreasi lainnya. Fungsi utama *dessert* sendiri adalah untuk memberikan kenikmatan dan kesegaran akhir kepada para penikmatnya. Dalam pengalaman kuliner, kepopuleran *dessert* sudah tidak dapat diragukan lagi, karena selain rasa manis, hidangan penutup juga bisa memiliki rasa asam, pahit, atau gurih. Hidangan penutup dapat disajikan dalam berbagai presentasi, mulai dari hidangan sederhana hingga hidangan yang dihiasi dengan indah. *Dessert* juga sering diberi sentuhan kreatif dalam tampilannya agar terlihat menarik secara visual, seperti dekorasi yang cantik atau hiasan tambahan. *Dessert* merupakan bagian penting dari tradisi kuliner budaya di berbagai negara. Setiap negara memiliki cita rasa yang khas dan memikat, sesuai dengan resep dan teknik pengolahan yang berbeda-beda.

Salah satunya hidangan penutup tradisional asal Indonesia, yang memiliki berbagai macam jenis dengan rasa yang sangat menarik. *Dessert* khas Indonesia ini dibuat dengan menggunakan bahan dan rempah-rempah

yang spesial sehingga membuat hidangan tersebut terasa istimewa. Contoh beberapa hidangan tradisional khas Indonesia yaitu klepon, putu, apem, cenil, kue talam, kue lapis dan lainnya (Oktavianawati, 2017). Hidangan penutup khas Indonesia merupakan bagian penting dari warisan kuliner Indonesia dan sering kali memiliki rasa yang manis, lezat dan gurih sehingga memperkaya pengalaman dan kuliner yang menjadi kebanggaan bagi budaya makanan Indonesia.

Menurut (Oktavianawati, 2017), Perkembangan zaman telah memengaruhi preferensi makanan yang diinginkan oleh masyarakat. Khususnya, generasi milenium lebih mengutamakan hidangan modern dengan presentasi yang menarik. Akibatnya, hidangan tradisional Indonesia menjadi kurang diminati, seakan-akan masyarakat kehilangan minat terhadap keberadaan hidangan tradisional yang sejak dulu ada (Oktavianawati, 2017). Oleh karena itu, penulis ingin memperkenalkan hidangan penutup khas tradisional Indonesia yang dimodifikasi menjadi hidangan modern sehingga dapat melestarikan budaya Indonesia.

**TABEL 3**  
Lima *Dessert Café* yang populer menurut Pergikuliner.com

No	Nama	Lokasi
1	Fragments Patisserie	Menteng, Jakarta Pusat
2	Exquisite Patisserie	Menteng, Jakarta Selatan
3	Apron Signature	Green Lake, Jakarta Barat
4	Old n New Bakery	Serpong Utara, Tangerang
5	Flor Viennoiserie	Kebayoran, Jakarta Selatan

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Berdasarkan hasil data di atas dapat dilihat bahwa potensi usaha *dessert café* memiliki peluang di Indonesia. Pada umumnya *café* merupakan istilah untuk tempat dimana menawarkan berbagai jenis kopi, teh, dan minuman lainnya, serta makanan ringan seperti kue, roti, atau hidangan kecil. *Café* memiliki karakteristik seperti bar atau restoran dan tidak hanya menyediakan hidangan kecil, tetapi juga makanan ringan ataupun makanan berat (Saputri et al., 2020). Seperti *dessert café* yang kini menjadi sebuah tren di kalangan remaja atau anak muda, hal ini dikarenakan konsep *café* yang cocok untuk kebutuhan remaja. Hal tersebut menjadikan para pemilik usaha *café* saling bersaing dalam membuat konsep bangunan dan menu makanan yang lebih kreatif untuk menarik perhatian masyarakat.

Dapat dilihat dalam Tabel 3 bahwa *dessert café* terbaik terletak paling banyak di daerah Jakarta. Karena Jakarta merupakan tempat yang strategis untuk mendirikan usaha *dessert café*. Terlebih lagi, *dessert café* pada tabel 3 belum terdapat hidangan khusus yang bertemakan Tradisional Khas Indonesia.

Dilansir dalam Kumparan.com pada acara *talkshow* “*Understanding the Millennials Behavior*” Hari Kamis, 27 Juni 2019, seorang *food editor* bernama Toshiko memberikan paparannya tentang sikap generasi milenium terhadap bisnis kuliner. Menurut Toshiko selain dari cita rasa yang unik, generasi milenium menjadikan kenyamanan dan konsep *café* yang *instagrammable* menjadi tempat untuk berkumpul dengan teman.

*Café* yang terletak di Jakarta umumnya harus berada di tempat yang mudah dijangkau dalam hal aksesibilitas, visibilitas, ekspansi, lingkungan, persaingan, dan peraturan pemerintah, seperti jalur transportasi yang mudah dijangkau, ketersediaan lahan yang luas, fasilitas yang memberikan kenyamanan, dekat dengan rumah sakit, sekolah, pusat berbelanja, dan lainnya, serta daerah lingkungan yang mendukung produk yang ditawarkan (Fandy Tjiptono, 2012). Salah satunya daerah, PIK, yang memiliki akses menuju lokasi yang cukup mudah dijangkau, para pengunjung juga dapat menggunakan transportasi umum seperti TransJakarta, KRL atau taksi. Di daerah ini di buka setiap harinya dan memiliki area parkir yang luas, akses Wi-Fi, *pet friendly*, tempat jogging dan membuka berbagai *tenant* serta ruko untuk *F&B* dan *Fashion*. Para pengunjung dapat menemukan banyak ruko yang memiliki keunikan masing-masing dengan menu makanan dan minuman yang beragam, sekaligus dapat melakukan berbagai hiburan menarik bersama keluarga, teman maupun rekan kerja. Maka dari itu penulis ingin membuka usaha bisnis *café* khas Tradisional Indonesia yang dinamakan Lakon *Pâtisserie* di Jakarta Utara, Pantai Indah Kapuk.

Lakon *Pâtisserie* diambil dari bahasa Jawa dan bahasa Perancis yang dapat di artikan sebagai “Lakon” yang berarti peran utama, dan “*Pâtisserie*” yang berarti kue-kue. Makna yang dapat di ambil dari nama *café* ini adalah sebuah harapan bahwa kue-kue tersebut yang akan menjadi peran penting di hidup para penikmatnya. Lakon *Pâtisserie* memiliki perpaduan bahasa Jawa sehingga menjadi ciri khas tempat yang menyajikan kue khas Tradisional Indonesia. Lakon *Pâtisserie* terletak di Cove Batavia, Pantai Indah Kapuk,

Jakarta Utara, karena di Cove Batavia PIK merupakan lokasi yang strategis dan populer yang berada di pesisir pantai dengan akses yang mudah. Selain itu, belakangan ini PIK tengah ramai diperbincangkan oleh masyarakat di media sosial sehingga menjadi pusat perhatian. Di kawasan PIK ini memiliki berbagai area rekreasi yang sangat menarik, mulai dari wisata alam, taman bermain, tempat kuliner hingga pusat perbelanjaan. Masyarakat yang tidak punya kegiatan di akhir pekan, akan memilih untuk menghabiskan waktunya di Pantai Indah Kapuk. Di daerah PIK memiliki area yang sangat luas, namun Batavia PIK adalah salah satu tempat favorit yang masih baru dibuka dan paling banyak dikunjungi oleh kalangan anak muda hingga dewasa untuk bersantai, menghabiskan waktu bersama teman, dan menikmati hidangan yang menarik untuk diunggah di media sosial. Batavia PIK merupakan tempat *hangout* berkonsep di luar ruangan (*outdoor*) yang kekinian, tempat ini memiliki nuansa *street food* di Korea, dapat menikmati pemandangan laut yang indah.

Maka dari itu, Cove Batavia PIK merupakan daerah yang sangat cocok untuk mendirikan Lakon *Pâtisserie*. Lakon *Pâtisserie* didesain sedemikian rupa dengan arsitektur yang berkonsep *aesthetic*, *cozy* dan *instagrammable* untuk menarik masyarakat yang gemar berfoto-foto dan bersantai dengan menikmati waktu bersama keluarga, pasangan maupun teman. Di *café* tersebut, masyarakat juga dapat melihat indahnya sore hari menjelang matahari terbenam di pesisir pantai.

Meskipun di Cove Batavia PIK terdapat beragam pilihan kuliner lainnya, tetapi Lakon *Pâtisserie* memiliki keunikan tersendiri yaitu



menyediakan berbagai *dessert* khas Tradisional Indonesia dengan sentuhan hidangan yang modern. *Dessert* yang akan disediakan di Lakon *Pâtisserie* yaitu *Choux, Whole Cake, Slice Cake, Tart, Bomboloni, Pannacota, Tiramisu, Plated Dessert, Platter Dessert, Cookies*. *Dessert* tersebut akan menjadi menu utama di Lakon *Pâtisserie*, karena masing-masing *cake* penggunaan *filling* nya memiliki cita rasa makanan Indonesia dan ciri khas jajanan Tradisional Indonesia, berbeda dengan *dessert café* lainnya yang tidak menghadirkan sentuhan khas budaya Indonesia. Selain menu *dessert, café* ini juga menyediakan berbagai aneka minuman lainnya yang berciri khas Indonesia, dengan modifikasi modern. Sehingga selain dapat menikmati rasa *dessert* yang autentik para pengunjung juga dapat menikmati minuman khas Indonesia dengan *ambience* yang trendi dan kekinian.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Studi kelayakan bisnis ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis apakah Lakon *Pâtisserie* cocok untuk memasuki dunia bisnis. Tujuan studi kelayakan bisnis ini dibagi menjadi dua yaitu, tujuan utama dan sub-tujuan.

### **1. Tujuan Utama**

Meliputi aspek-aspek kelayakan bisnis yang berhubungan dengan rencana pembuatan suatu bisnis, yaitu:

#### **a. Aspek Pemasaran**

- 1) Menganalisis prospek bisnis berdasarkan dengan jumlah permintaan dan penawaran mengenai produk yang dijual.
- 2) Mengkaji bauran pemasaran bisnis yang mencakup produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, paket,

pemrograman, dan kerja sama.

3) Menganalisis segmentasi, target, dan posisi pasar bisnis.

b. Aspek Operasional

1) Menganalisis pemilihan lokasi dan fasilitas bisnis untuk menunjang berjalannya operasional bisnis.

2) Menganalisis prosedur sistem operasional bisnis.

c. Aspek Organisasi

1) Menganalisis struktur organisasi dalam bisnis.

d. Aspek Sumber Daya Manusia

1) Menganalisis kualitas sumber daya manusia yang diperlukan guna membantu berjalannya operasional bisnis.

2) Menganalisis program pelatihan bagi sumber daya manusia dalam bisnis.

e. Aspek Keuangan

1) Menganalisis modal yang dibutuhkan dalam membangun bisnis.

2) Menganalisis peluang pendapatan dan pengeluaran yang dibutuhkan dalam bisnis.

2. Sub-Tujuan

a. Menciptakan produk Tradisional Indonesia berkonsep modern di daerah Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara.

b. Memberikan kontribusi positif terhadap inovasi produk Tradisional Indonesia.

c. Memberikan lapangan kerja baru dan membuka peluang

pekerjaan bagi masyarakat.

- d. Mempopulerkan budaya Tradisional Indonesia dengan konsep trendi dan kekinian.

## C. Metodologi

Studi Kelayakan Lakon *Pâtisserie* akan memerlukan pendekatan yang terorganisir dan logis dalam pengolahan dan penelusuran data.

### 1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2021), Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan langsung oleh peneliti melalui kuesioner, uji validitas, sampel, dan observasi secara langsung. Dalam pengumpulan data primer, peneliti perlu aktif terlibat dalam mengajukan pertanyaan yang relevan, mendengarkan tanggapan informan, dan mencatat informasi yang telah diperoleh.

#### a. Metode Survei dengan Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu metode yang diperlukan dalam melakukan pengumpulan data sebuah penelitian. Kuesioner tersebut melibatkan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yang akan dijawab oleh responden secara langsung. Penulis akan menyebarkan kuesioner melalui *website* yang dapat dibuka lewat perangkat elektronik para responden. Pertanyaan tersebut dibagi menjadi dua bagian, yaitu profil responden dan perilaku konsumen, serta bauran pemasaran yang terdiri dari *product, price, place, people,*

*programming, packaging, promotion, partnership* (8P).

b. Wawancara Terstruktur

Teknik pengumpulan data melalui wawancara terstruktur dilakukan ketika peneliti atau pengumpul data memiliki pemahaman yang jelas tentang informasi yang ingin diperoleh. Dalam wawancara ini pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis dengan pilihan jawaban yang telah disiapkan.

**2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk membantu dan mendukung keperluan data primer. Menurut (Sugiyono, 2021), Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam studi kelayakan bisnis ini yang akan digunakan sebagai data sekunder adalah buku, jurnal, dan artikel-artikel yang berkaitan.

**D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis**

1. Pengertian Restoran

Restoran adalah bisnis yang menyediakan dan menyajikan makanan, minuman dan pelayanan yang baik dan memadai untuk para pelanggan. Pelanggan akan memberikan imbalan berupa sejumlah uang yang dibayarkan sesuai dengan makanan dan minuman yang mereka dapatkan. Selain itu, restoran biasanya mempunyai beberapa pelayan yang siap bekerja untuk melayani orang-orang yang datang untuk makan atau sekedar berkumpul-berkumpul dengan teman. Restoran

merupakan suatu hasil dari pembentukan yang menyediakan makanan dan minuman seperti restoran *fine dining*, *bar*, *pubs*, *restoran casual dining*, *restoran fast food*, *café*, dan *katering*. Selain menyediakan makanan dan minuman, restoran juga menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pelanggan. Hal ini meliputi suasana yang nyaman, pelayanan yang ramah dan efisien, serta perhatian terhadap detail seperti dekorasi, tata letak meja, dan pencahayaan yang menciptakan suasana yang mengundang selera makan.

## 2. Sejarah Restoran

Restoran diambil dari kata “*restaurer restore*” yang merupakan bahasa Perancis dengan arti membangkitkan tenaga. Nama ini digunakan pada zaman Romawi Kuno hingga abad ke-16. Sajian pertama yang paling populer adalah sup kaldu. Restoran pertama didirikan oleh A. Boulanger di Paris pada tahun 1765. Restoran A. Boulanger hanya menghadirkan satu menu saja yaitu sup sayur dan tidak menyediakan tempat yang mewah. Dari sinilah banyak bermunculan perkembangan dari restoran. Restoran mulai mengalami perkembangan pada tahun 1782. Pada waktu itu terdapat restoran yang berada di Rue De Richelieu, Paris, yang menulis daftar menu makanan. Setiap tamu dilayani satu-persatu dalam porsi yang berbeda karena setiap makanan disajikan bertahap. Revolusi Prancis seakan membuat sejarah restoran baru. Restoran mulai berkembang pesat karena peraturan perizinan kerja dibubarkan. Hal ini membuat banyak orang tertarik untuk membuka restoran mereka sendiri. Saat itu restoran

memiliki 2 jenis, yaitu restoran mewah dan kasual. Restoran mewah menyediakan sajian yang lebih mengutamakan seni tampilan dengan peralatan makan mewah dan pelayanan yang lebih baik. Sementara restoran kasual menyediakan menu makanan sehari-hari dengan sederhana.

### 3. Jenis Restoran

Terdapat berbagai jenis restoran, yang paling utama adalah *independent restaurants* yang merupakan restoran dengan kepemilikan pribadi. *Independent restaurants* biasanya didirikan oleh seorang yang biasanya terlibat dalam operasional setiap harinya. Kemudian ada *chain restaurants* yang biasanya merupakan grup restoran yang sudah memiliki nama yang dikenal, kelompok target pasar, konsep, desain, pelayanan, dan makanan yang serupa. Namun, tidak berhenti sampai di situ, ada jenis restoran yang lain, yaitu:

#### a. *Fine Dining Restaurants*

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

#### b. *Celebrity-Owned Restaurants*

Restoran yang dimiliki selebriti, biasanya menawarkan makanan kesukaan atau unggulan selebriti tersebut. Konsep dari restorannya sendiri juga akan disesuaikan dengan konsep keinginan dari selebriti tersebut.

c. *Family Restaurants*

Restoran yang biasanya dimiliki seorang individu ataupun keluarga dan menawarkan menu yang sederhana dengan pelayanan berbasis kekeluargaan untuk berbagai keluarga yang berkunjung.

d. *Steak House*

Restoran yang menawarkan menu dengan olahan bahan dasar daging merah, namun beberapa restoran juga menambah menu dengan bahan dasar daging putih untuk menarik lebih banyak pelanggan.

e. *Casual Dining and Dinner-House Restaurants*

Restoran yang menyediakan suasana santai yang diperuntukkan bagi masyarakat kelas menengah yang ingin menikmati makanan dan minuman dengan suasana restoran yang *informal* dan dengan harga yang masih dapat dijangkau. *Atmosphere* yang ditawarkan memiliki kesan elegan, sehingga restoran jenis ini mampu berkembang pesat di masyarakat.

f. *Theme Restaurants*

Restoran dengan menu terbatas namun menawarkan tema dari desain konsep restorannya untuk memberikan pengalaman dan suasana yang berbeda dari restoran lain kepada pelanggan.

g. *Ethnic Restaurants*

Restoran yang dioperasikan secara independen dengan menawarkan sesuatu yang otentik dengan kampung halaman

dengan latar belakang pendiri yang cukup berbeda untuk menarik pelanggan.

h. *Quick Service/Fast-Food Restaurants*

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

i. *Coffee Shop*

*Coffee shop* merupakan sebuah kedai kopi yang menawarkan aneka kopi sebagai menu utama dengan beberapa kue dan makanan ringan atau cepat saji lainnya sebagai pelengkap. Kedai kopi memiliki konsep dengan suasana yang hangat dan alunan musik yang lembut sehingga cocok bagi para tamunya untuk bersosialisasi.

j. *Bakery or Dessert Cafe*

*Bakery* atau *dessert café* memiliki keunikan pada varian menu yang ditawarkan. Menu yang ditawarkan antara lain merupakan berbagai jenis menu roti, kue, *dessert* lainnya. *Dessert Café* merupakan sebuah tempat untuk menikmati hidangan *dessert* sekaligus sarana rekreasi untuk melepas kejenuhan.

4. Sejarah dan Pengertian *Dessert*

Makanan pencuci mulut atau yang lebih dikenal sebagai *dessert* merupakan suatu jenis makanan yang biasanya berbentuk makanan ringan dan disajikan paling akhir setelah sajian utama. *Dessert* akan dihidangkan setelah meja dibersihkan dari hidangan lainnya. *Dessert*



merupakan sebuah kata yang muncul pada tahun 1600 di mana kata tersebut diambil dari bahasa Perancis yang memiliki arti membersihkan meja. Kata *dessert* ini muncul pertama kali dalam buku pedoman Pendidikan Kesehatan karya William Vaughan. Gula digunakan orang-orang Eropa untuk menyajikan makanan penutup di awal abad pertengahan. Pada waktu itu permintaan gula sangat tinggi sehingga yang dapat menikmati hanya orang elite dan biasa penyajiannya dalam acara perjamuan atau pesta-pesta tertentu. Fungsi utama dari adanya *dessert* sendiri adalah penyegaran setelah menikmati menu utama yang memiliki rasa atau aroma pekat yang tersisa di mulut. Maka dari itu, *dessert* terbuat *fresh* dan manis sesuai dengan fungsi *refreshing* nya.

#### 5. Konsep Bisnis Lakon *Pâtisserie*

Lakon *Pâtisserie* merupakan *dessert café* khas Indonesia yang dimodifikasi menjadi modern dan kekinian. *Dessert* yang terdapat pada Lakon *Pâtisserie* yaitu *Choux, Whole Cake, Slice Cake, Tart, Bomboloni, Pannacota, Tiramisu, Plated Dessert, Platter Dessert, Cookies*. *Dessert* tersebut akan menjadi menu utama di Lakon *Pâtisserie*, karena masing-masing *cake* penggunaan *filling* nya memiliki cita rasa makanan Indonesia dan ciri khas jajanan Tradisional Indonesia, seperti klepon, putu, apem, cenil, kue talam, kue lapis dan lainnya. Maka dari itu, *dessert* tersebut sangat unik karena akan menghadirkan cita rasa autentik khas Indonesia. Selain menu *dessert, café* ini juga menyediakan berbagai aneka minuman lainnya yang berciri khas Indonesia.

Selain menghadirkan hidangan penutup khas Tradisional Indonesia, Lakon *Pâtisserie* juga memiliki keunikan dengan konsep gedung bernuansa motif batik dilapisi oleh *neon lamp* yang bertemakan peta Indonesia, di mana terdapat gambaran yang merepresentasikan berbagai wilayah Indonesia. Selain itu, pada meja dan tempat duduk *café* tersebut di desain dengan motif batik kecokelatan *aesthetic*. Lakon *Pâtisserie* juga menyediakan tempat untuk membeli mainan dan jajanan ringan jaman dahulu, sehingga para pelanggan dapat bernostalgia ke jaman masa kecil mereka dan tidak melupakan budaya Indonesia. Para pelanggan dapat memberikan uang secara suka rela pada kotak uang yang telah disediakan. Lakon *Pâtisserie* memilih konsep ini agar *café* tersebut lebih terlihat unik dan kekinian namun tidak melupakan ciri khas Indonesia dengan sentuhan modern.

Lakon *Pâtisserie* terletak di Cove Batavia, Jl. Pantai Indah Kapuk No. 1, RT.7/RW.2, Kel. Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara, 14460. PIK merupakan lokasi yang strategis dan populer yang berada di pesisir pantai dengan akses yang mudah. Selain itu, belakangan ini PIK tengah ramai diperbincangkan oleh masyarakat di media sosial sehingga menjadi pusat perhatian. Di kawasan PIK ini memiliki berbagai area rekreasi yang sangat menarik, mulai dari wisata alam, taman bermain, tempat kuliner hingga pusat perbelanjaan. Masyarakat yang tidak punya kegiatan di akhir pekan, akan memilih untuk menghabiskan waktunya di Pantai Indah Kapuk. Di daerah PIK memiliki area yang sangat luas, namun Batavia PIK adalah salah satu

tempat favorit yang paling banyak dikunjungi oleh kalangan anak muda hingga dewasa untuk bersantai, menghabiskan waktu bersama teman, dan menikmati hidangan yang menarik untuk diunggah di media sosial. Batavia PIK merupakan tempat *hangout* berkonsep di luar ruangan (*outdoor*), tempat ini memiliki nuansa *street food* seperti luar negeri, dapat menikmati pemandangan laut yang indah.

Maka dari itu, Cove Batavia PIK merupakan daerah yang sangat cocok untuk mendirikan Lakon *Pâtisserie*. Lakon *Pâtisserie* didesain sedemikian rupa dengan arsitektur yang *aesthetic*, *cozy* dan *instagrammable* untuk menarik masyarakat yang gemar berfoto-foto dan bersantai dengan menikmati waktu bersama keluarga, pasangan maupun teman. Di *café* tersebut, masyarakat juga dapat melihat indahny sore hari menjelang matahari terbenam di pesisir pantai.

Lakon *Pâtisserie* memiliki *tagline* “Pementasan rasa yang luar biasa”, yang memiliki arti bahwa Lakon *Pâtisserie* mengajak para pelanggan untuk menikmati sensasi rasa istimewa yang luar biasa dari *pâtisserie* kami. *Tagline* ini menekankan bahwa *dessert café* tersebut menawarkan beragam hidangan penutup yang unik dan lezat sehingga memiliki rasa yang memikat dan tak terlupakan. Maka, dengan mengunjungi Lakon *Pâtisserie*, para pelanggan memiliki kesempatan untuk mencicipi dan merasakan beragam cita rasa manis khas Indonesia.

*Dessert café* Lakon *Pâtisserie* akan bekerja sama dengan beberapa *E-market*, seperti GoFood, ShopeeFood, Grab, Traveloka eats,

dan Maxim. Selain itu pada *dessert café* ini tidak ada pembayaran menggunakan tunai. Pembayaran hanya menggunakan *EDC* dan *Q-RIS* untuk mempermudah pembayaran melalui *E-Wallet*.

