

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Di zaman modern ini, kegiatan pariwisata sangatlah diminati dan disukai oleh para masyarakat. Setelah bencana virus Covid-19 melanda Indonesia selama 3 tahun, kegiatan pariwisata yang terpuruk selama 3 tahun akhirnya bisa mulai berjalan kembali. Bisnis di bidang pariwisata mengacu pada bisnis penyediaan barang dan jasa yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan para wisatawan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan penyelenggara pariwisata dan kebutuhan wisatawan mancanegara. Usaha dalam bidang pariwisata ini mencakup berbagai kegiatan bisnis yang meliputi restoran, pelayanan perjalanan, penyediaan makanan dan minuman, penginapan, transportasi, atraksi wisata dan sebagainya (Mutmainah, Ahyani and Putra, 2022).

Industri dalam bidang makanan dan minuman menjadi salah satu usaha dalam industri pariwisata yang banyak ditemui dan disukai oleh para masyarakat Indonesia. Industri makanan dan minuman merupakan sebuah industri yang mempunyai manfaat besar bagi penghasilan suatu negara untuk bertambah besar dan industri ini mengalami perkembangan sampai saat ini (Mustajab, 2023). Industri makanan dan minuman bertumbuh sebesar 38,38%

terhadap industri non-migas pada kuartal II tahun 2022 dan bertumbuh 3,57 persen hingga triwulan III tahun 2022 (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2022). Industri makanan dan minuman ini juga berkembang sebesar 4,62% di tahun 2023 pada Kuartal II (Mustajab, 2023). Dengan adanya pernyataan tersebut, Industri makanan dan minuman menjadi usaha yang berpotensi baik untuk didirikan karena selalu mengalami pertumbuhan setiap tahunnya.

Dengan adanya data-data tersebut, juga menunjukkan bahwa dengan adanya perkembangan dari industri makanan dan minuman yang terus menerus terjadi akan menimbulkan dampak positif terhadap ekonomi negara Republik Indonesia.

TABEL 1
Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin di Jakarta Barat
Tahun 2022

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
0-4	93.367	88.986	182.353
5-9	96.283	92.042	188.325
10-14	97.850	92.953	190.803
15-19	98.150	92.627	190.777
20-24	97.566	94.391	191.957
25-29	99.268	97.269	196.537
30-34	104.779	103.834	208.613
35-39	106.609	105.170	211.779
40-44	103.606	100.981	204.587

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Barat (2022)

TABEL 1

Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin di Jakarta Barat
Tahun 2022 (Lanjutan)

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
45-49	93.677	90.849	184.526
50-54	79.013	77.331	156.344
55-59	64.586	64.397	128.983
60-64	48.912	49.686	98.598
65-69	34.160	36.404	70.564
70-74	18.741	21.409	40.150
75+	14.758	20.764	35.522
Jumlah	1.251.325	1.229.093	2.480.418

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Barat (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dinyatakan bahwa Kota Jakarta Barat menjadi kota dengan kepadatan penduduk tertinggi kedua di DKI Jakarta. Pada tahun 2022, jumlah penduduk kota Jakarta barat tercatat mencapai 2.480.418 jiwa dengan mayoritas penduduk berada pada usia produktif dengan berusia 20-64 tahun. Penduduk dengan usia 20-64 tahun merupakan penduduk usia produktif (Kementrian Kesehatan Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022). Kota Jakarta Barat dengan mayoritas penduduk yang tergolong dalam kelompok usia produktif dapat menjadi lokasi yang tepat untuk mendirikan usaha karena penduduk yang tergolong usia produktif ini menjadi pelanggan potensial bagi bisnis yang akan didirikan.

Industri makanan dan minuman dianggap menjadi salah satu hal yang penting karena dapat mempengaruhi dan meningkatkan minat budaya masyarakat setempat untuk menjadi lebih berkembang dan menarik serta

industri makanan dan minuman ini berkembang dan diakui sebagai bagian pariwisata yang disebut dengan wisata kuliner atau *food tourism* (Suntikul et al., 2020). Dalam literasi yang sama, disebutkan bahwa wisata kuliner sangat berkaitan dengan kegiatan konsumsi makanan dan saat ini konsumsi makanan telah berkembang menjadi sebuah produk dalam pariwisata yang lebih baru dan *update* yang mencakup berbagai pengalaman atau aktivitas yang lebih kreatif dan interaktif seperti *bazaar* makanan, *fun cooking class*, kelas memasak dan kursus tata boga atau *dessert class*. Dalam literasi yang sama juga mengatakan bahwa kursus tata boga atau *dessert class* merupakan suatu aktivitas membuat makanan penutup dalam dunia kuliner yang dapat memberikan pengalaman langsung yang lebih menarik kepada pengikutnya.

Dessert Class menjadi salah satu kursus yang paling banyak diminati dan kursus ini harus memiliki kreativitas yang luar biasa agar bisa menciptakan peserta didik yang mampu membuka usaha boga sendiri ataupun mengembangkan keterampilan dan bakat minatnya lebih mendalam sesuai dengan bidang yang diminatinya (Napitupulu, 2023). Dalam literasi yang sama juga dikatakan bahwa masyarakat Jakarta khususnya Kota Jakarta Barat menyetujui adanya penambahan bisnis kursus di daerah tersebut karena jumlah yang masih terbatas.

Kursus seperti *Dessert Class* menjadi salah satu usaha yang penting diselenggarakan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan

sikap para pengikutnya. Kursus menjadi salah satu Pendidikan non-formal yang diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal untuk perkembangan diri dalam bekerja (Supriyono, 2007).

Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan atau Kemendikbud (2021), kegiatan kursus ini menjadi salah satu program solusi yang dibutuhkan untuk meningkatkan jumlah wirausaha dengan mempersiapkan kematangan keterampilan seseorang untuk siap bekerja dan membuka usaha.

Adanya kondisi persaingan bisnis yang bertambah hari semakin ketat, membuat kita harus mampu berfikir menciptakan sebuah kreativitas dan inovasi dalam membuka sebuah bisnis. Inovasi merupakan suatu hal baru pada suatu produk, jasa atau gagasan (Indra *et al.*, 2023). Kursus yang lebih inovatif ini seperti kursus tata boga yang mencakup pembuatan makanan penutup dengan rasa manis dan asin.

TABEL 2
Rata-rata Konsumsi Makanan Manis dan Makanan Asin Perkapita Seminggu
Kota Jakarta Barat Tahun 2019-2021

Jenis Makanan Manis	Tahun		
	2019	2020	2021
Roti Tawar	0,495	0,466	0,479
Roti Manis, Roti Lainnya	1,158	1,121	1,224
Kue Kering, Biskuit, Semprong	0,494	0,484	0,550
Kue Basah (lapis, bika ambon, lemper, dsb)	1,611	1,56	1,448
Es Krim	0,263	0,248	0,350
Es lainnya	0,566	0,536	0,406
Bubur Kacang Hijau	0,169	0,161	0,138
Sari Buah Kemasan	0,237	0,232	0,222
Jumlah Makanan Manis	4,993	4,808	4,817

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

TABEL 3

Rata-rata Konsumsi Makanan Manis dan Makanan Asin Perkapita Seminggu
Kota Jakarta Barat Tahun 2019-2021 (Lanjutan)

Jenis Makanan Asin	Tahun		
	2019	2020	2021
Gorengan	1,508	1,005	1,816
Gado-gado, Ketoprak, Pecel	0,242	0,22	0,2
Nasi Campur, Nasi Goreng	0,264	0,246	0,208
Lontong, Ketupat Sayur	0,258	0,237	0,216
Soto, Gulai, Sop	0,22	0,212	0,179
Sayur Matang	0,374	0,387	0,361
Makanan Ringan	0,723	0,693	0,69
Mie Olahan	0,692	0,654	0,597
Jumlah Makanan Asin	4,281	3,654	4,627

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021)

Dari tabel di atas, dinyatakan bahwa masyarakat Indonesia khususnya masyarakat di Jakarta Barat lebih banyak menyukai dan mengonsumsi makanan manis dibandingkan dengan makanan asin. Hal ini terlihat dari bertambahnya konsumsi makanan manis yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini juga diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa setengah dari penduduk Indonesia mengonsumsi makanan atau minuman manis lebih dari satu kali sehari (Adi Ahdiat, 2022).

Riset Kesehatan Dasar Indonesia menyatakan bahwa tingkat konsumsi makanan manis sebesar 87,9% dan minuman manis sebesar 91,94%. Hasil presentase tersebut menyatakan bahwa Indonesia memiliki jumlah yang sangat tinggi dalam mengonsumsi atau menyukai makanan manis dan minuman manis. Hal ini juga menyatakan bahwa masyarakat Indonesia khususnya kota Jakarta menyukai makanan atau minuman yang mengandung

gula atau rasa manis. Gula dianggap sebagai si manis yang menyebabkan candu dan ketergantungan yang artinya masyarakat tidak akan terus menyukai makanan manis (Kementrian Kesehatan Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan, 2022).

Dalam keinginan membuat sebuah bisnis, ada satu hal penting yang harus diperhatikan yaitu tren yang memiliki manfaat untuk membantu seseorang wirausaha untuk membuat keputusan strategi bisnisnya demi menghasilkan sebuah keuntungan tidak kerugian. Dalam literasi yang sama juga dikatakan bahwa kepedulian dan perhatian terhadap tren yang berlangsung diperlukan oleh wirausaha agar dapat memperoleh keuntungan kompetitif dengan menjadi pelopor dalam bisnis yang ingin didirikan.

Tren yang berlangsung di Indonesia ini adalah banyak masyarakat yang menyukai *dessert modern* atau makanan penutup yang modern. Hal ini dinyatakan dari penelitian yang didapatkan yaitu dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat dan gaya hidup yang modern karena adanya globalisasi yang masuk ke Indonesia, membuat masyarakat Indonesia memiliki keinginan yang tinggi untuk menyukai dan mengonsumsi *dessert* kekinian (Meilani, 2018).

Globalisasi ini membuat rasa cinta dan keinginan mengonsumsi masyarakat Indonesia terhadap *dessert* tradisional menurun karena *dessert* modern dari mancanegara yang datang ke Indonesia memiliki rasa, kualitas, bentuk, dan warna yang lebih menarik perhatian masyarakat untuk menikmatinya (Candra et al.

2023). Dalam literasi yang sama, dinyatakan bahwa minat masyarakat terhadap *dessert* tradisional di Indonesia rendah dan minat masyarakat terhadap *dessert* modern tinggi.

Dari pernyataan dan peluang tersebut, *Sher Dessert Class* tergerak untuk membuka sebuah bisnis kursusnya untuk para masyarakat yang ingin membuka bisnis tata boganya sendiri, kesiapan untuk bekerja, serta masyarakat yang ingin mengembangkan hobi dan bakat keterampilannya untuk menikmati makanan manis buatan sendiri di rumah. Kursus seperti *Dessert Class* hadir sebagai tempat bantuan untuk mengembangkan atau meningkatkan kembali cita rasa Indonesia yang sudah mulai menurun diminati oleh kalangan generasi muda dan usia produktif masyarakat Indonesia (Candra et al. 2023).

Nama *Sher Dessert Class* ini memiliki arti yaitu *sher* adalah nama dari pemilik bisnis ini yaitu sherlly. Untuk kata *dessert* artinya bisnis ini adalah kelas kursus yang menawarkan pembelajaran tentang berbagai macam makanan penutup yang rasanya manis dan asin. Untuk kata *class* artinya pembelajaran dilakukan di sebuah ruangan yang telah tersedia di lokasi seperti kelas yang memiliki meja di sebuah sekolah. *Sher Dessert Class* adalah sebuah sarana edukasi non-formal di bidang makanan penutup atau *dessert*. Peserta dapat memilih program yang ditawarkan dalam kelas ini sesuai dengan ketertarikan dan minat masing-masing untuk belajar.

Pilihan resep yang ada di *Sher Dessert Class* telah dirancang oleh seorang *Chef* sedemikian rupa agar makanan penutup yang dipelajari pasti bisa membuat para peserta membuat makanan penutup yang lezat dan profesional.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis ini dilaksanakan untuk menganalisis apakah bisnis yang akan dijalankan di masa mendatang ini dapat berkembang. Adapun tujuan dari studi kelayakan bisnis *Sher Dessert Class* terbagi menjadi dua tujuan yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*).

Berikut ini adalah tujuan utama (*major objectives*) dari pembuatan studi kelayakan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran digunakan sebagai salah satu tahap awal untuk merencanakan konsep-konsep yang dimiliki suatu bisnis. Dalam aspek pemasaran ini akan membahas strategi yang digunakan untuk menjual produk, mengetahui dan menganalisis jenis-jenis permintaan dan kebutuhan pasar. Dengan adanya aspek ini maka *Sher Dessert Class* mampu menciptakan serta menjual produk di lingkungan yang sesuai dan tepat.

2. Aspek Operasional

Dalam aspek operasional ini *Sher Dessert Class* bisa mengetahui dan menentukan semua fasilitas, ruang fasilitas, lokasi, jenis aktivitas, dan

teknologi yang dibutuhkan saat bisnis ini dijalankan agar semua pelanggan dan karyawan merasa nyaman serta kegiatan bisa berjalan dengan baik dan lancar.

3. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Dalam aspek organisasi dan sumber daya manusia ini *Sher Dessert Class* bisa mengetahui apa saja yang diperlukan dalam membangun bisnis agar tujuan bisnis dapat tercapai dengan proses yang benar sesuai dengan peraturan yang ada, baik dalam hal mengetahui jumlah dan kualitas karyawan yang dibutuhkan, pelatihan karyawan, perizinan yang harus dimiliki dalam membangun suatu bisnis serta pembagian tugas yang terbaik demi kelangsungan kegiatan kelas berjalan dengan baik dan benar.

4. Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan ini *Sher Dessert Class* bisa mengetahui estimasi besar biaya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini agar dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan. Jika aspek ini dilakukan dengan benar maka pemilik bisnis bisa memperkirakan jangka waktu modal awal pembuatan bisnis akan kembali dan memperoleh keuntungan.

Berikut ini adalah sub tujuan (*minor objectives*) dari studi kelayakan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi wadah penyaluran kreativitas, kebutuhan bisnis, hobi, kesiapan bekerja maupun edukasi atau pendidikan non-formal dalam

bidang makanan penutup bagi para masyarakat Indonesia usia produktif.

2. Menjadi sebuah alternatif bagi kalangan muda untuk terus mengetahui, mengingat, menyukai dan mencintai cita rasa khas Indonesia dalam bentuk *dessert* modern atau kekinian melalui kelas *Sher Dessert Class*.
3. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Jakarta khususnya di wilayah Jakarta Barat dan mengurangi angka pengangguran di Indonesia.
4. Menciptakan inovasi kelas kursus baru para masyarakat untuk bisa membuat dua jenis makanan penutup dalam satu kali pertemuan.

C. Metodologi Pengumpulan Data

Untuk mengetahui minat dari masyarakat untuk mengikuti kelas kursus di *Sher Dessert Class*, maka diperlukan dua teknik pengumpulan data. Dua teknik pengumpulan data yakni data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) yang dimaksud dengan data primer adalah sebagai berikut:

“Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Adapun metode pengumpulan data primer dalam studi kelayakan bisnis *Sher Dessert Class*, yaitu:

a. Metode survei dengan kuesioner

Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud dengan kuesioner adalah sebagai berikut:

“Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.”

Dalam pengumpulan kuesioner terdapat dua acara yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) *Personally Administered Questionnaires* adalah kuesioner yang tidak memerlukan waktu lama untuk pengumpulan jawaban karena kuesioner disebarakan secara langsung.
- 2) *Mail and Electronic Questionnaires* adalah kuesioner yang memerlukan waktu cukup banyak karena kuesioner disebarakan secara luas menggunakan media elektronik.

Kuesioner dibuat bersifat deskriptif untuk mengetahui minat pasar. Kuesioner yang digunakan oleh penulis dalam bisnis *Sher Dessert Class* untuk melakukan evaluasi adalah *mail and electronic questionnaires*.

Menurut (Uma Sekaran & Roger Bougie, 2016) teknik pengumpulan sampel yang digunakan *Sher Dessert Class* adalah metode *non-probability sampling* dan metode *convenience sampling*.

1) *Non-probability Sampling*

Metode yang digunakan pada saat jumlah elemen dari populasi yang tidak diketahui secara pasti, sehingga setiap anggota dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, sehingga semua anggota dari populasi tersebut tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

2) *Convenience Sampling*

Metode yang mencakup pemilihan sampel secara bebas dari suatu populasi dengan memperoleh data yang diinginkan secara cepat dan mudah.

b. Uji Mean

Menurut Uma Sekaran & Bougie (2016), uji mean atau dengan istilah nilai rata-rata adalah jumlah keseluruhan data yang dibagi banyaknya data atau indikator yang digunakan untuk mengukut rata-rata sebuah data. Nilai mean ini dapat diartikan sebagai satu angka yang mewakili keseluruhan data.

2. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2019) menjelaskan data sekunder adalah sebagai berikut:

Data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data

primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini.

Data sekunder merupakan pengambilan suatu data yang sudah ada sumbernya dan siap untuk digunakan. Data ini dapat diperoleh dari:

a. Kepustakaan

Buku-buku yang ada dipergustakaan yang memiliki hubungan dengan industri pariwisata seperti hal mengenai definisi, klasifikasi, serta jenis dari bisnis makanan yang akan dibangun sesuai dengan objek penelitian yang sangat relevan.

b. Internet/Website

Data yang bisa didapatkan yang berhubungan dengan hal seperti peraturan-peraturan perundang-undangan, pengetahuan mengenai perkembangan industri pariwisata, makanan dan sebagainya serta Badan Pusat Statistik yang digunakan.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Makanan dan Minuman (*food and beverage*)

Food and beverage adalah sebuah bisnis industri yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Yang artinya industri perhotelan dan pariwisata melibatkan berbagai sektor yang bertujuan untuk melayani keinginan dan kebutuhan pelanggan ketika jauh dari rumah, salah satunya adalah usaha makanan dan minuman. Pada dasarnya industri pariwisata erat kaitannya dengan jasa atau layanan. Dalam

industri ini terdapat banyak sektor seperti akomodasi, makanan dan minuman, MICE, atraksi dan *event* dan sebagainya. Permintaan akan makanan dan minuman tumbuh seiring dengan kebutuhan dan keinginan berpergian masyarakat yang meluas.

Salah satu industri yang sangat berkembang di seluruh dunia, termasuk Indonesia adalah industri makanan dan minuman. Hal ini terbukti dari pernyataan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2017) yang menyatakan bahwa industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi sosial, pemerintah terus berupaya menjaga ketersediaan bahan baku yang digunakan industri makanan dan minuman agar industri makanan dan minuman bisa semakin produktif. Industri ini adalah sebuah industri yang sangat berhubungan dengan para masyarakat, karena masyarakat hidup sehari-hari dengan mengkonsumsi makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman ini termasuk juga dalam kegiatan perkembangan pariwisata. Industri makanan dan minuman bisa berupa café, restoran ataupun sekolah formal dan non-formal untuk menciptakan pembelajaran tentang memasak makanan ringan, makanan berat dan makanan penutup. Bisnis sekolah non-formal bisa membantu para masyarakat dalam pengembangan hobi dalam pembuatan makanan dan

penambahan ilmu pengetahuan untuk membuka suatu bisnis usaha. Menurut World Food Travel Association (2018) menyatakan bahwa salah satu sektor yang dapat dikategorikan ke dalam *food and beverage businesses* adalah *baking class & school*. Hal ini menyatakan bahwa sekolah memasak non-formal merupakan sebuah bisnis dalam bidang makanan dan minuman, yang artinya *Sher Dessert Class* merupakan bisnis makanan dan minuman mirip seperti *baking classes & school*, dengan sedikit perbedaan yaitu bisnis ini fokus berjalan dalam memberikan ilmu pengetahuan berbagai makanan penutup atau *dessert*, tidak hanya fokus dalam memanggang dalam bentuk sebuah kelas.

2. *Dessert*

Sebuah makanan yang dihidangkan diakhir setelah sajian pembuka dan sajian utama disajikan. *Dessert* biasanya dikatakan sebagai hidangan penutup atau hidangan pencuci mulut yang disajikan dengan rasa dan tampilan yang menarik. Tampilan yang menarik membantu manusia lebih tertarik untuk mengkonsumsi makanan penutup atau *dessert*. *Dessert* ini biasanya identik dengan hidangan yang manis menggunakan gula, tetapi juga identik dengan makanan yang harus fresh dan juga bisa memiliki rasa asin (Gisslen Wayne, 2017).

Pada awal mulanya, hidangan *dessert* hanya berupa buah-buahan segar yang disajikan secara langsung, namun seiring berkembangnya

zaman jenis varian *dessert* semakin banyak seperti pie, kue, ice cream dan lainnya yang dipadukan dengan sirup atau cream. Dessert juga dibedakan menjadi 2 macam yaitu *hot dessert* (panas) dan *cold dessert* (dingin). *Hot Dessert* adalah makanan penutup yang dihidangkan dalam kondisi panas atau hangat. *Cold Dessert* adalah makanan penutup yang disajikan dalam kondisi dingin atau tanpa melalui proses pemanasan sebelumnya. Semakin beragam dan menariknya varian *dessert*, membuat *dessert* menjadi makanan yang disukai dan diincar untuk menjadi santapan akhir oleh banyak orang dari berbagai kalangan umur (Gisslen Wayne, 2017).

3. Kelas atau *Class*

Kelas adalah sebuah tempat belajar di sebuah Gedung dimana suatu kelompok akan melakukan aktivitas belajar secara bersama-sama dengan adanya bimbingan dan pengajaran dari guru. Kelas juga diartikan sebagai sekelompok siswa yang pada waktu sama akan menerima pembelajaran atau ilmu pengetahuan yang sama dan dari guru yang sama (Muhammad Reza, 2023).

4. *Dessert Class*

Sebuah kelas pembelajaran atau jasa pendidikan non-formal yang memberikan dan mengajarkan pengetahuan tentang pembuatan makanan penutup yang berupa rasa manis maupun asin. *Dessert class*

biasanya mengajarkan berbagai macam makanan penutup berupa kue, roti, pudding, eskrim, gelato, tart, éclair dan hidangan makanan penutup manis lainnya. Pendidikan ini biasanya menerima sebuah sertifikat bukan sebuah nilai. Sertifikat ini biasanya menunjukkan sebagai tanda bahwa peserta sudah menguasai materi yang dipelajari dan sudah lulus menjalankan pendidikan non-formal yang dilakukan (Gisslen Wayne, 2017).

5. Konsep Bisnis

Sher Dessert Class adalah sebuah lembaga pendidikan non-formal yang menyediakan kelas kursus makanan penutup dimana para peserta dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuannya dalam bidang *dessert* atau makanan penutup sebagai sebuah penyaluran hobi dan sebagai sumber ilmu pengetahuan bagi para peserta yang ingin belajar untuk membuka suatu bisnis makanan penutup dengan harga yang cukup terjangkau. *Sher Dessert Class* ini akan berlokasi di Greenville, Jakarta Barat tepatnya di Jalan Mangga Raya No 18 yang memiliki sistem operasional mulai dari hari selasa-minggu dari jam 09.00-20.00. Setiap hari senin *Sher Dessert Class* libur.

Sher Dessert Class menerapkan sebuah kelas dimana para peserta bisa membuat dua jenis makanan penutup dalam satu kali

pertemuan, dengan slogan “*In one session, u can make two types of dessert*” yang artinya, dalam satu kali pertemuan para peserta bisa mempelajari dan membuat dua jenis *dessert* sekaligus dalam waktu kurang lebih 3 jam. *Sher Dessert Class* merupakan kelas makanan penutup berupa “*Modern Dessert With Indonesian Taste*”. Yang artinya, semua materi yang diajarkan oleh *Sher Dessert Class* adalah cara pembuatan *dessert* modern atau kekinian yang dibuat dengan cita rasa Khas Indonesia dengan tujuan agar cita rasa Indonesia tetap dikenal dan disukai oleh para kalangan masyarakat khususnya generasi muda serta membuktikan bahwa cita rasa Indonesia juga bisa lezat dinikmati dalam bentuk hidangan *dessert* yang modern atau kekinian seperti sekarang. *Sher Dessert Class* juga menyediakan kelas pembuatan makanan penutup tradisional Indonesia. Pembayaran kursus dilakukan secara *cashless*. Untuk mempermudah proses pembayaran *Sher Dessert Class* akan bekerja sama dengan beberapa perusahaan bank seperti BCA dan Mandiri.

Tempat kursus akan didesain modern dan minimalis. Tempat ini di desain secara modern agar tetap memberikan kesan kekinian sehingga para pelanggan dan para karyawan bisa bekerja dengan suasana yang nyaman. Dan maksud desain dari minimalis artinya tempat kursus *Sher Dessert Class* di desain secara simple tetapi tetap

menarik. Jadi desain modern dan minimalis identik dengan segala sesuatu yang simpel, fungsional dan tertata rapi. Fasilitas yang disediakan pastinya lengkap untuk mendukung aktivitas-aktivitas yang akan diselenggarakan.

Sher Dessert Class menyediakan kelas secara *offline*. Kelas diadakan secara *offline* karena *Sher Dessert Class* mengadakan kursus untuk para peserta yang ingin belajar praktek secara langsung dan fokus ditempat dengan tenaga pengajar. Resep yang diajarkan adalah resep yang terpercaya dari tenaga pengajar yang dimiliki *Sher Dessert Class*. Dengan mengikuti *Sher Dessert Class* ini selain menambah ilmu pengetahuan, para peserta juga dapat bersosialisasi baik dengan sesama peserta dan para pengajar guna memperluas pertemanan dan meningkatkan kepercayaan diri. *Sher Dessert Class* sebagai salah satu usaha pariwisata dalam bidang (*food and beverage*) khususnya dalam makanan penutup atau *dessert*. Bisnis ini berpotensi untuk menciptakan keuntungan melalui program kelas atau kursus yang ditawarkan yang bisa dipilih oleh peserta sesuai dengan keinginan masing-masing dan para peserta bisa mendapatkan ilmu pengetahuan tentang *dessert* dengan baik.