

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Industri pariwisata saat ini sedang mengalami perkembangan pesat di era globalisasi, yang menuntut pengembangan lebih lanjut dalam berbagai aspek untuk mencapai kepemimpinan dalam industri ini.

Salah satu komponen yang harus dikembangkan adalah sektor pariwisata, karena sangat penting untuk menentukan kemajuan zaman. Industri perhotelan sangat erat dengan industri pariwisata karena industri ini bergerak dalam bidang pelayanan jasa dan membantu mendorong pertumbuhan pariwisata di Indonesia (Sulastiyono, 2016).

DKI Jakarta memiliki sejumlah besar usaha penyedia makanan dan minuman, dengan 5.159 usaha berskala menengah besar tercatat pada tahun 2020, menjadikannya provinsi dengan jumlah terbanyak di Indonesia. Dari total 11.223 usaha di Indonesia, 53,85% berada di mal, 11,76% di kawasan industri, 8,11% di pusat kuliner, dan 22,75% di lokasi lainnya (Dihni, 2022).

Secara keseluruhan, industri makanan dan minuman di Jakarta sangat beragam, dengan tren yang menekankan pada kualitas, nilai, dan kesehatan, serta berbagai pilihan restoran dan bar yang menarik untuk berbagai selera dan preferensi.

Data terkini menunjukkan tren konsumsi alkohol yang berbeda antara generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi Z hanya memiliki 84% pembeli yang membeli alkohol dibandingkan dengan 90% Milenial, menunjukkan

diferensial 6 poin yang signifikan. Generasi Z juga menghabiskan lebih sedikit dibandingkan Milenial untuk minuman non-alkohol, tetapi perbedaan ini lebih besar untuk pembelian alkohol, menunjukkan tren spesifik alkohol. Pada tahun 2021, konsumen Generasi Z di Amerika Serikat menghabiskan sedikit lebih dari 2,2 miliar dolar AS untuk alkohol, jumlah terkecil dibandingkan generasi lain (Carswell, 2021).

Perilaku minum juga berbeda antara kedua generasi ini. Milenial diketahui mengonsumsi lebih banyak alkohol dibandingkan Generasi Z. Setelah minuman ringan, anggur dan merek bir besar berada di posisi kedua untuk Milenial; sedangkan untuk Generasi Z, anggur berada di posisi kedua, diikuti oleh merek bir besar, minuman keras.

Faktor harga juga sangat penting dalam pembelian alkohol. Lebih dari 33% Generasi Z berpendapat bahwa merek bir besar memberikan nilai yang baik untuk uang, sedangkan 34,8% Milenial setuju. Ketika berbicara tentang anggur, 27,4% Milenial berpikir ini adalah nilai yang baik, dibandingkan dengan 24% Generasi Z. Kebanyakan dari kedua kelompok jarang, jika pernah, menghabiskan lebih dari \$30 untuk sebotol anggur, menunjukkan keengganan mereka untuk mengikuti tren premiumisasi.

Preferensi minuman kedua generasi ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial mereka. Mereka lebih peduli tentang apa yang diminum orang di sekitar mereka daripada kritik dan skor. Secara online, Milenial dan Generasi Z mengandalkan media sosial dan pencarian online sebagai sumber

terpercaya untuk menemukan anggur; anggur yang dicoba di restoran juga berperan besar.

Terakhir, tren menurunnya konsumsi alkohol di antara kedua generasi ini. Jumlah orang dewasa di bawah usia 35 tahun yang minum alkohol telah menurun menjadi 62% — turun dari 72% satu dekade yang lalu. Bahkan mereka yang minum alkohol, minum lebih sedikit dari sebelumnya; kurang dari empat dari 10 sekarang minum secara teratur. Sebuah laporan dari Berenberg Research menunjukkan bahwa Generasi Z minum 20% lebih sedikit per kapita daripada Milenial dalam hal konsumsi alkohol. Penelitian dari McKinsey dalam (Nejad, Behbodi, & Ravanfar, 2015) juga menunjukkan bahwa di antara Generasi Z, kekhawatiran kesehatan hanyalah salah satu alasan mengapa minat dalam minum alkohol telah berkurang dalam beberapa tahun terakhir. Faktor lain termasuk perubahan selera, kurangnya pemasaran yang efektif, dan harga. Tren ini juga telah membantu mendorong industri minuman non-alkohol dan rendah alkohol (Segel & Hatami, 2021).

Pantai Indah Kapuk (PIK) telah menjadi salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir (Puspapertiwi & Hardiyanto, 2023). Dengan perkembangan infrastruktur, hunian, dan komersial yang pesat, PIK telah menjadi destinasi yang menarik bagi berbagai jenis bisnis. Salah satu sektor yang terus berkembang dan menawarkan peluang besar adalah industri food and beverage, khususnya produk minuman beralkohol.

Potensi pasar di Pantai Indah Kapuk (PIK) untuk tahun 2022 dan 2023, terdapat indikasi pertumbuhan yang signifikan. PT Pantai Indah Kapuk Dua Tbk. (PANI) telah berhasil mengakuisisi lahan strategis seluas 762 hektare di PIK 2 pada 2022, dengan target penjualan pemasaran senilai Rp2,13 triliun untuk 2023. Jumlah ini telah memenuhi 53% dari target perusahaan, dengan prapenjualan sebagian besar disumbangkan oleh kavling tanah komersial, produk-produk komersial termasuk ruko dan rukan, SOHO, gudang, serta penjualan residensial (Putra, Damara, & Durrohman, 2023).

Mengingat pertumbuhan ini, PIK mungkin menjadi lokasi yang menarik untuk bisnis baru, terutama jika tren kuliner dan gaya hidup di Jakarta berlanjut mendukung bisnis makanan dan minuman. Area yang berkembang seperti PIK sering menarik demografi yang mencari hiburan dan pengalaman kuliner baru, yang bisa menjadi peluang bagi bisnis baru yang inovatif dan menarik.

Generasi Milenial dan Generasi Z sering dikaitkan dengan tren dan kebiasaan konsumsi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Ali & Purwandi, 2017). Mereka cenderung lebih fokus pada pengalaman daripada kepemilikan barang. Misalnya, kecenderungan untuk menghabiskan uang di bar atau kafe bukan hanya tentang minum, tapi juga tentang pengalaman sosial dan suasana yang ditawarkan.

Karakteristik bisnis Miss Jack mencakup beberapa elemen utama yang membuatnya unik dan menarik. Pertama, adalah konsep eksklusif dengan interior feminin yang menciptakan atmosfer yang berbeda dan ramah

terhadap kaum wanita. Ini memberikan sentuhan keanggunan dan kesenangan tersendiri kepada pengunjung. Lokasi di bawah tanah juga memberikan nuansa misterius dan eksklusif. Selain itu, Miss Jack menghadirkan menu minuman yang kreatif, termasuk beberapa minuman yang dirancang khusus untuk mencerminkan femininitas, menawarkan variasi yang menarik bagi pelanggan. Pelayanan yang ramah, suasana yang hangat, dan perhatian terhadap detail-detail kecil adalah karakteristik lain yang membuat Miss Jack menjadi tempat yang menarik untuk bersantai dan menikmati minuman. Selain itu, bisnis ini memiliki potensi untuk menjadi tujuan yang populer untuk acara-acara khusus atau pesta. Dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan pelayanan yang berkualitas, Miss Jack memiliki kesempatan besar untuk membangun pangsa pasar yang kuat dan bertahan dalam industri bar dan minuman yang kompetitif.

Miss Jack tempat dimana keindahan seni bawah tanah bertemu dengan kenyamanan elegan. Konsep kami menggabungkan elemen-elemen underground dengan sentuhan interior feminin yang memukau. Dinding-dinding gelap dipenuhi dengan feminim art yang eksentrik, menciptakan atmosfer yang misterius dan penuh keberanian. Mebel dan dekorasi dalam nuansa feminin, dengan nuansa warna merah anggur, emas mewah, dan sentuhan velvet memberikan kehangatan dan kelembutan pada ruang ini.

Miss Jack memiliki beberapa kelebihan yang dapat meyakinkan investor untuk bergabung dan mendukung bisnis ini. Pertama, Konsep unik dan eksklusif yang menggabungkan kombinasi antara tema underground dan

interior feminin memberikan daya tarik yang unik dan eksklusif. Ini dapat menjadi pembeda yang signifikan dari bar-bar lain di pasar.

Selain itu, inklusivitas dan keberagaman tercermin dalam keterlibatan pekerja pria sebagai tenaga kerja menunjukkan komitmen pada nilai-nilai inklusivitas dan kesetaraan gender, menciptakan lingkungan yang ramah bagi semua tamu.

Lokasi strategis di Pantai Indah Kapuk (PIK), yang merupakan kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, dapat menarik pelanggan dari berbagai lapisan masyarakat dan memberikan aksesibilitas yang baik.

Penawaran diskon khusus untuk pengunjung penawaran diskon eksklusif untuk pengunjung dapat menjadi daya tarik yang mencari pengalaman dunia malam yang istimewa. Sementara pelayanan berkualitas dengan bartender yang mahir dan ramah, Miss Jack berkomitmen untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi, menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi setiap tamu.

Tidak memilih lokasi yang jauh dari pemukiman warga menunjukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Keberlanjutan bisnis ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan jangka panjang. Terakhir, dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat di PIK, investor dapat melihat potensi pertumbuhan bisnis yang signifikan dan pengembangan merek yang kuat.

Penulisan ini akan menggali lebih dalam tentang potensi pasar di PIK, dengan fokus pada segmen wanita dan laki laki berusia 18-30 tahun yang

menjadi target utama Miss Jack. penulis juga akan menganalisis persaingan di wilayah tersebut dan bagaimana Miss Jack dapat bersaing dalam pasar yang semakin ketat. Selain itu, penulisan ini akan membahas pemilihan produk, manajemen operasional, serta melakukan analisis finansial yang komprehensif untuk memahami apakah investasi bisnis Miss Jack di lokasi ini dapat memberikan pengembalian yang memadai. Tujuan utama dari penulisan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang potensi dan kelayakan bisnis Miss Jack di Ruko Golf Island PIK. Hasil penulisan ini diharapkan dapat menjadi panduan yang berguna bagi pemilik usaha atau calon investor dalam mengambil keputusan investasi yang lebih terinformasi.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Dalam proses perencanaan bisnis, pemilik usaha diwajibkan untuk merumuskan tujuan yang ingin dicapai. Tujuan ini memiliki peran penting sebagai panduan yang membantu menjalankan bisnis atau usaha dengan efisien dan sukses. Dengan memiliki tujuan yang jelas, bisnis memiliki landasan untuk mengukur kinerja, mengidentifikasi prioritas, dan mengambil langkah-langkah strategis yang sesuai.

Studi kelayakan bisnis ini dilaksanakan untuk menganalisis apakah bisnis Miss Jack di Pantai Indah Kapuk (PIK) dapat berkembang di masa yang akan datang. Berikut adalah tujuan utama dan sub tujuan dari studi kelayakan bisnis ini:

1. Tujuan Utama (Major Objectives):

Tujuan utama dari studi kelayakan bisnis untuk Miss Jack adalah untuk menguji dan menilai apakah ide bisnis ini dapat dianggap layak untuk dijalankan sebagai usaha yang nyata. Evaluasi ini mencakup berbagai aspek kunci yang akan memengaruhi keberhasilan bisnis ini, termasuk:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisis pasar dengan memahami permintaan dan penawaran yang ada, mengidentifikasi potensi tantangan dan ancaman yang mungkin muncul, dan mengembangkan strategi untuk menghadapinya. Selain itu, penentuan target pasar yang tepat, perencanaan diferensiasi produk atau layanan, segmentasi pelanggan, dan posisi bisnis dalam pasar adalah bagian dari tujuan ini.

b. Aspek Operasional

Merencanakan dengan cermat semua aktivitas operasional yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis Miss Jack. Ini mencakup pemilihan teknologi yang sesuai, penentuan lokasi yang strategis, serta identifikasi kebutuhan peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam operasional sehari-hari.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Menganalisis dan menentukan struktur organisasi yang efektif untuk Miss Jack. Selain itu, perencanaan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia adalah bagian dari tujuan ini untuk memastikan bahwa tim yang terlibat dalam bisnis ini memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis secara menyeluruh semua aspek keuangan bisnis ini. Ini mencakup penentuan sumber dana yang diperlukan, perhitungan modal yang dibutuhkan, estimasi biaya operasional, penyusunan laporan laba rugi, arus kas, serta proyeksi pendapatan dan keuntungan yang diharapkan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini dalam studi kelayakan, diharapkan peneliti dapat menyimpulkan apakah Miss Jack merupakan ide bisnis yang layak untuk dijalankan. Hal ini akan membantu mencegah terjadinya kerugian materiil, waktu, dan energi yang mungkin terjadi jika bisnis ini tidak berhasil.

2. Sub Tujuan (Minor Objectives):

- a. Menjadi salah satu destinasi utama bagi masyarakat yang mencari hiburan dan tempat bersantai di PIK.
- b. Menawarkan beragam jenis minuman dan makanan yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c. Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat.
- d. Meminimalisir limbah dan konsumsi berlebih dengan menerapkan praktik berkelanjutan dalam pengelolaan sumber daya, termasuk pengurangan pemborosan bahan makanan dan minuman.

C. Metodologi

Penyusunan studi kelayakan bisnis Miss Jack di PIK juga dapat menggunakan dua teknik pengumpulan data yang sama, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua teknik tersebut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang terkait dengan variabel yang relevan dalam studi. Untuk bisnis Miss Jack di PIK, data primer dapat diperoleh melalui metode survei dengan kuesioner atau wawancara dengan pihak terkait. Kuesioner dapat berisi pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada pelanggan potensial, penduduk sekitar, atau calon mitra bisnis untuk mengumpulkan data kuantitatif dalam jumlah besar. Kuesioner ini dapat berisi pertanyaan tertutup untuk memperoleh jawaban dalam bentuk pilihan ganda atau pertanyaan terbuka untuk mendapatkan pandangan dan masukan lebih rinci (Alir, 2005).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang sudah ada, seperti buku, database, media massa, atau dokumen-dokumen yang relevan. Dalam konteks bisnis Miss Jack di PIK, data sekunder dapat berupa informasi tentang industri perhotelan dan kuliner di PIK, statistik konsumsi makanan dan minuman, data demografi dan perilaku konsumen di wilayah tersebut, serta analisis pasar dari sumber seperti laporan industri atau publikasi akademis. Data sekunder ini dapat digunakan untuk memperkuat analisis dan pemahaman tentang pasar dan lingkungan bisnis yang relevan (Martono, 2010).

a. Jenis dan Sumber Data (Primer & Sekunder)

- 1) Penulisan ini menggabungkan penggunaan data primer dari kuesioner dan wawancara dengan data sekunder. Data sekunder

berasal dari sumber-sumber yang relevan dengan industri hiburan dan underground bar.

- 2) Data sekunder dapat mencakup data statistik tentang industri hiburan, laporan industri, jurnal, buku, dokumen pemerintah, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan bisnis underground bar.

b. Aplikasi Data Sekunder

- 1) Data sekunder akan digunakan untuk mendukung analisis komprehensif tentang industri hiburan dan underground bar. Data tersebut akan membantu dalam pemahaman tentang tren, potensi pasar, persaingan di industri, serta faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi bisnis Miss Jack.

c. Cara Pengumpulan Data Primer & Sekunder

- 1) Data primer akan dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada responden yang relevan dengan underground bar Miss Jack. Wawancara terstruktur juga akan dilakukan jika diperlukan.
- 2) Data sekunder akan dikumpulkan melalui pencarian dan analisis literatur yang relevan dengan industri hiburan dan underground bar, serta pengambilan data statistik dari sumber yang sah.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Hotel

Hotel adalah sebuah jenis akomodasi yang menyediakan layanan penginapan berbayar, biasanya untuk jangka waktu singkat. Fasilitas yang

ditawarkan oleh hotel bisa bervariasi mulai dari yang paling sederhana hingga yang paling mewah dan lengkap, tergantung pada klasifikasi dan standar hotel tersebut (Kustini, 2017).

Secara umum, hotel menyediakan sejumlah kamar untuk menginap yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas dasar seperti tempat tidur, kamar mandi, handuk, dan perlengkapan mandi. Selain itu, hotel juga biasanya menawarkan layanan tambahan seperti restoran, kolam renang, pusat kebugaran, ruang pertemuan, dan layanan kamar.

2. Restoran

Restoran adalah sebuah bisnis kuliner yang menyediakan makanan dan minuman kepada pelanggan dengan menu dan harga yang ditetapkan. Restoran dapat mencakup berbagai gaya, dari tempat makan santai, *fine dining*, hingga bar dan menyediakan layanan di tempat atau untuk dibawa pulang. Konsep restoran ini dirancang untuk memberikan pengalaman kuliner yang unik dan kenyamanan bagi pelanggan (Thomson & White, 2022). Integrasi bar di restoran menciptakan pengalaman yang lebih lengkap, dimana pelanggan dapat menikmati pilihan makanan dan minuman dalam suasana yang bersatu, menggabungkan kenikmatan makanan dengan minuman beralkohol. (Garcia & Patel, 2023)

3. Bar

Bar adalah sebuah tempat atau lokasi yang biasanya menyediakan minuman alkohol, minuman ringan, dan kadang-kadang makanan ringan kepada pelanggan yang datang untuk bersantai, berkumpul dengan teman,

atau menikmati waktu luang. Biasanya, bar dilengkapi dengan berbagai jenis minuman seperti bir, anggur, koktail, minuman beralkohol keras, serta minuman non-alkohol (Hong, 2015).

Berdasarkan jenis bar dan fungsinya, seperti yang dinyatakan oleh (Devi, Badera, & Budiasih, 2016) bahwa ada dua jenis bar yaitu service bar dan public bar.

a. *Service Bar*

"Service Bar" mengacu pada bagian khusus di sebuah restoran, bar, atau tempat makan lainnya yang khusus didedikasikan untuk mempersiapkan dan menyajikan minuman atau makanan untuk pelayan, yang kemudian akan membawanya ke meja pelanggan (Dicky, 2015). Ini berbeda dari bar utama yang sering kali berfungsi sebagai titik interaksi langsung dengan pelanggan. Service bar umumnya lebih fokus pada efisiensi dan kecepatan dalam penyajian, karena tujuannya adalah untuk mendukung kelancaran layanan kepada pelanggan di area makan. Area ini biasanya dilengkapi dengan peralatan khusus untuk membuat minuman, penyimpanan gelas, dan kadang-kadang peralatan untuk persiapan makanan ringan atau sampingan.

Bar ini melayani pelanggan yang ingin memesan minuman tetapi tidak perlu datang langsung ke counter bar; mereka cukup menunggu di tempat yang mereka inginkan.

b. *Public Bar*

"Public Bar" adalah bagian dari sebuah pub atau bar yang terbuka untuk umum, dimana pelanggan dapat langsung memesan dan menikmati minuman atau makanan. Berbeda dengan service bar yang lebih fokus pada penyediaan layanan untuk staf, public bar dirancang sebagai area sosial dan interaktif, sering kali dengan fitur seperti meja bar, kursi, dan kadang-kadang hiburan seperti musik live atau permainan (Rahmawaty, 2018). Di sini, interaksi antara bartender dan pelanggan menjadi aspek penting, tidak hanya dalam hal pelayanan tetapi juga dalam menciptakan suasana yang menyenangkan. Public bar biasanya merupakan titik fokus utama dalam pub atau bar, seringkali dilengkapi dengan pilihan minuman yang luas dan kadang-kadang menu makanan.

Bar ini adalah tempat dimana bartender membuat minuman dan kemudian menyajikannya kepada tamu. Ini adalah jenis bar dimana tamu dapat berinteraksi dengan bar secara langsung, yang memungkinkan bar untuk beroperasi dengan lebih baik.

4. Jenis dan Karakteristik Bar

Jenis dan karakteristik bar dapat bervariasi berdasarkan berbagai faktor, termasuk jenis minuman yang disajikan, suasana, dan target pasar. Berikut adalah beberapa jenis bar dan karakteristik khas yang sering terkait dengan masing-masing:

Di Indonesia, jenis-jenis bar yang umum ditemukan dapat dibagi menjadi beberapa kategori utama. Setiap jenis bar menawarkan suasana,

layanan, dan tujuan yang berbeda. Berikut adalah penjelasan singkat tentang beberapa jenis bar yang umum di Indonesia:

a. *Cocktail Lounge Bar*

Bar ini menawarkan berbagai macam cocktail dan layanan berkualitas tinggi. Cocktail lounge bar unik karena pelayanan yang cepat dan ramah terhadap pelanggan (Nyoman, 2016).

b. Discotheque bar

Discotheque bar memiliki sound system dan dance floor, sehingga tamu dapat berdisko dan menikmati musik sambil memesan minuman (Nyoman, 2016).

c. Night club bar

Night club bar hanya buka pada malam hari untuk tamu yang ingin menikmati suasana malam (Nyoman, 2016).

d. Underground Bar

Underground bar biasanya memiliki suasana yang berbeda dari bar biasa dan seringkali menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi bagi mereka yang ingin mencari pengalaman yang berbeda. Underground bar biasanya tersembunyi atau tidak terlihat dari luar, dan seringkali memiliki suasana yang lebih. (Nyoman, 2016)

5. Produk Bar

Produk bar, terutama dalam kategori alkohol, mencakup berbagai jenis minuman yang memiliki karakteristik dan proses pembuatan yang

berbeda-beda. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa jenis alkohol yang umum ditemukan di bar: (Expert, 2021)

a. **Whisky**

Whisky adalah minuman keras yang dibuat dari fermentasi biji-bijian yang telah digiling seperti jelai, jagung, rye, dan gandum. Proses pembuatannya melibatkan fermentasi, distilasi, dan penuaan dalam tong kayu, biasanya tong oak. Ada berbagai jenis whiskey seperti Scotch (dari Skotlandia), Bourbon (dari Amerika Serikat), dan Irish Whisky (dari Irlandia), masing-masing dengan karakteristik rasa dan metode pembuatan yang berbeda.

b. **Vodka**

Vodka adalah minuman keras yang berasal dari Rusia dan Eropa Timur. Umumnya terbuat dari fermentasi biji-bijian atau kentang. Vodka dikenal karena rasanya yang netral dan memiliki kandungan alkohol yang cukup tinggi. Minuman ini sering digunakan sebagai dasar untuk berbagai koktail.

c. **Rum**

Rum adalah minuman keras yang terbuat dari tebu atau molase tebu. Rum diproduksi terutama di Karibia dan Amerika Latin. Ada beberapa jenis rum, dari yang ringan dan halus hingga yang gelap dan kaya rasa, yang biasanya dipengaruhi oleh lamanya proses penuaan.

d. **Gin**

Gin adalah minuman keras yang dibuat dengan mendistilasi biji-bijian dan biasanya diberi aroma dengan juniper serta botani lainnya. Gin berasal dari Belanda dan menjadi populer di Inggris. Minuman ini sering digunakan dalam koktail, seperti Gin Tonic atau Martini.

e. **Tequila**

Tequila adalah minuman keras khas dari Meksiko, dibuat dari tanaman agave biru. Tequila memiliki beberapa kategori, termasuk Blanco (putih), Reposado (istirahat), dan Añejo (tua), yang menunjukkan lamanya penuaan.

f. **Brandy**

Brandy adalah minuman keras yang dibuat dari distilasi anggur atau buah-buahan lainnya. Minuman ini biasanya dinikmati sebagai minuman pencuci mulut dan terkenal karena rasanya yang kaya dan aroma buahnya. Cognac dan Armagnac adalah dua jenis brandy yang terkenal, keduanya berasal dari Prancis.

g. **Liqueur**

Liqueur adalah minuman keras manis yang dibuat dengan menambahkan buah, krim, herbal, rempah-rempah, bunga, atau kacang-kacangan ke dasar alkohol. Contoh populer termasuk Baileys Irish Cream, Grand Marnier, dan Amaretto.

h. **Beer**

Beer merupakan salah satu minuman beralkohol yang proses pembuatannya menggunakan prosedur *brewing*. Prosedur *brewing* digunakan guna menghasilkan kandungan alkohol. Beer identic

dengan kadar alkohol yang tidak terlalu tinggi dari bahan yang digunakan. Bahan-bahan tersebut antara lain *malt*, bunga hops, gula, *brewer's yeast*, *water*, *finings*. Adapun jenis-jenis beer antara lain *ale*, *stout*, *lager beer*, *black beer*, *beck beer*, *light beer*, *special beer*, *draught beer*, *sake*.

i. **Wines**

Wines ialah salah satu minuman beralkohol yang berbahan dasar dari anggur. Proses pembuatan minuman ini dilakukan melalui proses fermentasi. Wines memiliki beberapa jenis berdasarkan bahan dasar yang digunakan. Jenis-jenis tersebut diantaranya yaitu white wines yang berbahan dasar fermentasi *white grape*, red wine yang menggunakan *red grape* atau *black grape*, *rose wine* merupakan hasil fermentasi perpaduan antara *red wine* dengan *white wine*, *sparkling wine* atau wine yang didalamnya masih terdapat kandungan karbondioksida, *aromatized wine* merupakan wine yang didalamnya ditambah dengan *aromatic agent* yang berbahan dasar anggur, *fortified wine* merupakan salah satu jenis wine yang memiliki kadar alkohol yang cukup tinggi hingga 21% karena telah ditambahkan kandungan *spirit* murni.

6. **Miss Jack**

Miss Jack merupakan sebuah bisnis bar yang berlokasi di Ruko Golf Island PIK dengan konsep underground yang unik. Konsep ini

mencakup elemen-elemen seperti bartender yang ahli, suasana yang eksklusif, dan cocktail yang dipilih dengan cermat untuk memberikan pengalaman baru dengan resep buatan khusus Miss Jack.

Nama Miss Jack diambil dari nama perempuan dan laki laki. Hal ini mencerminkan semangat kebersamaan, persaudaraan dalam mencoba hal-hal baru. Nama ini juga memberikan sentuhan keberuntungan dan kegembiraan, menciptakan identitas yang unik dan mudah diingat.

Konsep underground menciptakan nuansa eksklusif dan unik yang menjadi perbedaan Miss Jack dari tempat lain. Desain interior yang gelap dengan pencahayaan yang lembut, dinding bata ekspos, dan sentuhan vintage menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan menyegarkan.

Strategi pemasaran Miss Jack dapat mencakup penggunaan media sosial untuk membangun kehadiran online, kerjasama dengan influencer lokal, dan pengaturan acara khusus untuk meningkatkan ketertarikan dan meningkatkan awareness di komunitas setempat.

Dengan menggabungkan semua elemen ini, Miss Jack diharapkan menjadi tempat yang dicari dan disukai oleh pecinta minuman dan pengalaman bar yang unik di Ruko Beachview PIK