

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Gagasan Awal**

Berdasarkan laporan Kemenperin (2022), industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor utama yang mendukung performa industri pengolahan nonmigas. Setiap tahunnya, sektor makanan, minuman, dan akomodasi terus menunjukkan pertumbuhan yang konsisten. Pada triwulan pertama tahun 2022, sektor ini menyumbang hingga 37,77% dari PDB industri pengolahan nonmigas. "Sektor industri makanan dan minuman memiliki peran besar yang mampu memberikan dampak signifikan, baik bagi industri pengolahan nonmigas maupun PDB nasional," ujar Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika, dalam acara Pameran Produk Makanan dan Minuman 2022 di Plaza Pameran Industri, Gedung Kementerian Perindustrian, Jakarta, pada Selasa (5/7).

Menurut Silfia (2024), Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa sektor makanan, minuman, dan akomodasi mencatat pertumbuhan signifikan pada triwulan II-2024, mencapai 10,17 persen. "Lapangan usaha dengan pertumbuhan tertinggi adalah makanan, minuman, dan akomodasi yang tumbuh 10,17 persen," ujar Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik, Moh. Edy Mahmud, dalam konferensi pers di Jakarta. Sektor ini memberikan kontribusi sebesar 2,64 persen terhadap produk domestik bruto

(PDB). Salah satu wilayah yang menunjukkan perkembangan pesat dalam industri makanan dan minuman adalah Kota Jakarta Utara.

**TABEL 1**  
Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Jakarta Utara, 2018-2022

| Kecamatan            | 2018       | 2019       | 2020       | 2021       | 2022       |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Penjaringan          | 78         | 204        | 250        | 325        | 379        |
| Pademangan           | 40         | 74         | 76         | 80         | 93         |
| Tanjung Priok        | 51         | 40         | 44         | 50         | 63         |
| Koja                 | 21         | 7          | 10         | 12         | 16         |
| Kelapa Gading        | 189        | 280        | 291        | 303        | 337        |
| Cilincing            | 8          | 2          | 2          | 2          | 3          |
| <b>Jakarta Utara</b> | <b>387</b> | <b>607</b> | <b>673</b> | <b>772</b> | <b>891</b> |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara (2024)

Pratiwi (2024) menyatakan bahwa salah satu kawasan di Jakarta Utara yang paling banyak dikunjungi adalah PIK, dengan ribuan pengunjung per harinya. Disparekraf DKI Jakarta (2024) juga menobatkan PIK sebagai nomor 2 kawasan wisatawan nusantara di kota Jakarta yang paling banyak dikunjungi dengan angka 908.385 kunjungan per harinya pada periode natal dan tahun baru. Oleh karena itu, *Odoroki* akan dibangun pada kawasan *Golf Island* dengan harapan untuk memperoleh segmen pasar yang luas.

**GAMBAR 1**  
Top 10 Kunjungan Wisatawan Nusantara Destinasi Jakarta



Sumber: Disparekraf DKI Jakarta (2024)

Terdapat ribuan lokasi kuliner di kawasan PIK, termasuk restoran, kafe, dan kedai makan (PergiKuliner, 2024). Berdasarkan observasi penulis pada bulan September 2024 pada beberapa *dessert cafe* di kawasan PIK, semua *dessert cafe* menyajikan *ultra-processed food* seperti minuman berkomposisi bahan-bahan ultraproses seperti sirup olahan yang mengandung pewarna dan perasa tidak alami.

Menurut Murzen (2024), *ultra-processed food* adalah segala jenis makanan yang sudah melewati serangkaian proses pengolahan industri yang mengandung banyak bahan atau zat kimia tambahan. Konsumsi *ultra-processed food* perlu dibatasi karena bisa menyebabkan masalah kesehatan bila dikonsumsi berlebihan.

Makarim (2022) mengungkapkan bahwa hasil tinjauan sistematis dan meta-analisis dari penelitian kohort berskala besar di berbagai negara menunjukkan bahwa konsumsi makanan ultra proses dapat meningkatkan risiko sejumlah penyakit. Contohnya meliputi obesitas, diabetes tipe 2, hipertensi, penyakit kardiovaskular dan serebrovaskular, serta depresi. Selain itu, beberapa kondisi lain yang mungkin terkait dengan konsumsi makanan ultra proses mencakup gangguan metabolisme lemak, asam urat, penurunan fungsi ginjal, penyakit hati non-alkohol, penyakit Crohn, hingga kanker payudara. Sebuah survei diet yang dilakukan di 13 negara juga menemukan bahwa konsumsi makanan olahan dalam jumlah tinggi sering kali berhubungan dengan ketidakseimbangan nutrisi. Masalah utama makanan ultra proses terletak pada profil nutrisinya yang tidak seimbang dan kurang sesuai dengan kebutuhan tubuh manusia.

Namun, seiring berjalannya waktu, kesadaran konsumen global mengenai *ultra-processed food* meningkat akibat laporan media (Mintel, 2024). Pada tahun 2023, *Mintel Reports China, Seniors' Wellbeing* telah mengumpulkan 1,500 pengguna internet dari Tiongkok dengan rentang usia 50-65, di mana 79% diantara responden mengatakan bahwa mengurangi konsumsi makanan olahan merupakan cara yang sangat/agak efektif untuk meningkatkan kesehatan. Selain itu, pada tahun 2022, *Mintel Reports US Food and Drink Nutrition Claims* telah mengumpulkan 2,000 pengguna internet dari US dengan usia 18 ke atas. Hasil menunjukkan bahwa 34% dari responden mengatakan bahwa makanan olahan merupakan perhatian utama saat membeli makanan dan minuman. Terlebih lagi, *Mintel Global Consumer, Food & Drink* telah melakukan survey pada Maret 2022 dengan mengumpulkan masing-masing 1,000 pengguna internet dari India dan Chile dengan usia 18 ke atas, dan juga 1,000 pengguna internet dari Spanyol dengan usia 16 ke atas. Hasil menunjukkan bahwa 47% konsumen India, 34% konsumen Chile, dan 28% konsumen Spanyol mengatakan bahwa konsumen akan mengonsumsi lebih banyak 'daging' yang terbuat dari sayuran dan produk alternatif olahan susu jika produk-produk tersebut tidak diolah/diproses sebanyak itu.

## GAMBAR 2

### Peningkatan kesadaran konsumen terhadap *ultra-processed food (UPF)*



Sumber: Mintel (2024)

Selain itu, menurut Anwar (2023), kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya keamanan pangan juga terus mengalami peningkatan. Bahkan, beberapa kelompok masyarakat bersedia mengeluarkan lebih banyak uang demi memastikan makanan yang mereka konsumsi aman.

Terdapat beberapa faktor pendorong lainnya di balik gagasan awal berdirinya *Odoroki Dessert Bar & Omakase* selain peningkatan kesadaran konsumen global mengenai dampak dari makanan olahan. Salah satu faktor lainnya adalah terbentuknya budaya nongkrong dan *study/work from cafe* pada kalangan mahasiswa (Andina & Zulaikha, 2024). Adapun juga tren *dessert* yang meningkat di Indonesia akibat kemudahan mengakses informasi, acara kuliner, dan peningkatan pendapatan anak muda (Tiofani Krisda, 2023), dan juga meningkatnya popularitas budaya perjamuan makan khas Jepang, yaitu *omakase* di Indonesia (Gumanti Awaliyah & Qommarria Rostanti, 2025). Faktor-faktor tersebut menjadi dorongan dari ide awal dibangunnya *Odoroki Dessert Bar & Omakase*, sebuah *dessert cafe* dan *omakase* yang menyediakan fasilitas *dine-in* yang nyaman untuk para pelanggan yang melakukan aktivitas *work or study from cafe*. *Odoroki* juga

menyediakan program *omakase dining* untuk memberikan pengalaman yang unik, serta menyajikan seluruh *dessert* dan *beverage* tanpa mengandung *ultra-processed ingredients*.

*Odoroki Dessert Bar & Omakase* tidak hanya menyediakan fasilitas *omakase dining*, tetapi juga menu *ala carte* sebagai pilihan alternatif penggemar *dessert* lainnya. *Odoroki Dessert Bar & Omakase* berempati dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan menawarkan *No UPF desserts*, di mana semua produk *dessert* yang disajikan tidak berkomposisi *ultra-processed food (UPF)*, dengan harapan semua pencinta *dessert* dapat tetap menyantap *dessert* tanpa khawatir akan dampak-dampak buruk yang disebabkan oleh *UPF*. Menu *Odoroki Dessert Bar & Omakase* terdiri dari tiga *dessert* dan dua *pairing tea/coffee* yang dapat dipilih oleh tamu sebelum memulai *omakase*. Kata '*odoroki*' berasal dari bahasa Jepang yang memiliki beberapa arti, seperti terkejut, takjub, tercengang, ataupun heran. Nama ini dipakai dengan harapan semua pelanggan yang datang dapat merasa takjub atau bahkan terkejut dengan menu-menu *omakase* yang dihidangkan, dan memberikan semua tamu pengalaman bersantap yang menakjubkan.

Ruangan untuk fasilitas *omakase* dibuat terpisah dengan ruangan bersantap *ala carte* umum untuk memberi kesan *private* dan *intimate* kepada pelanggan. *Omakase* pada umumnya berlangsung selama 60 hingga 90 menit, tergantung pada menu *omakase* pada bulan itu, dan kecepatan *chef* ataupun pelanggan yang bersantap. Menu dari *omakase* terdiri dari 3 *dessert* dan 2 tipe teh/kopi untuk dipasangkan bersama. Menu *omakase* akan diperbarui setiap bulannya, dengan konsep yang berbeda-beda. Desain



interior *Odoroki Dessert Bar & Omakase* akan dirancang dengan desain yang memiliki sentuhan klasik dan *zen*.

*Odoroki Dessert Bar & Omakase* bukan hanya sebuah tempat yang menyuguhkan makanan dan minuman, melainkan memberikan sebuah pertunjukkan dan memberikan semua pelanggan sebuah pengalaman yang unik. *Odoroki Dessert Bar & Omakase* menjadi pilihan yang tepat bagi pelanggan yang jenuh dengan *dessert* yang dijual pada umumnya dan ingin menyantap *dessert* secara lebih sehat, lebih *private* dan *intimate* atau ingin mendapatkan pengalaman yang seru dan melihat *dessert* dipersiapkan secara langsung dan *personal* oleh *chef*.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan Bisnis (SKB)**

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

### **1. Tujuan Utama**

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

Studi kelayakan bisnis ini bertujuan untuk menganalisis apa saja faktor-faktor yang dapat memengaruhi permintaan di pasar. Analisis permintaan tersebut akan dibantu dengan penyebaran

kuesioner secara *online* sehingga bisa mengetahui target pasar dan memaksimalkan potensi pasar.

Dalam pelaksanaannya, studi kelayakan bisnis ini juga bertujuan untuk menganalisis segmentasi, target, dan posisi bisnis dalam pasar yang dilihat dari aspek geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Analisis penawaran juga bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran 8P yaitu *product, price, place, promotion, people, packaging, programming, dan partnership*.

Perencanaan bisnis ini juga didasari dengan analisis secara internal dan eksternal yaitu *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat)*. Untuk melihat kekuatan perusahaan maka digunakan teori *Porter's Five Forces* agar dapat memaksimalkan proses pemasaran dari *Odoroki Omakase Dessert Cafe*.

b. Aspek Operasional

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



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

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

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

Selain proses rekrutmen, penyusunan proses orientasi juga penting karena proses orientasi akan membantu para karyawan agar dapat mengenal bisnis yang akan dijalankan. Dalam tahapan pengembangan sumber daya manusia, penyusunan program pelatihan karyawan juga penting untuk mengasah keterampilan para karyawan secara *soft skill* maupun *hard skill*. Penyusunan program

pengembangan sumber daya manusia ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan karyawan agar dapat memenuhi permintaan pasar dari para masyarakat.

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

d. Aspek Keuangan

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

Jalannya bisnis ini juga akan didukung dengan adanya penyusunan proyeksi neraca, laba rugi, dan arus kas. Penyusunan proyeksi neraca bertujuan untuk melihat posisi keuangan bisnis pada periode tertentu, lalu laporan rugi laba akan melihat presentasi *profit* yang didapatkan, dan laporan arus kas bertujuan untuk melihat

bagaimana arus kas masuk dan keluar dalam pelaksanaan operasional bisnis dari *Odoroki Omakase Dessert Cafe*.

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

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

## 2. Sub Tujuan

- a. Menyediakan fasilitas *dine in* dengan ambience *zen* ala Jepang dan memberikan fasilitas *omakase* ataupun *ala carte* bagi para penggemar *dessert*.
- b. Memberikan *dining experience* yang *personal*, *intimate* dan *private* saat *omakase*.
- c. Memperkenalkan *dessert* yang berbeda-beda setiap bulannya bagi para penggemar *dessert* yang jenuh dengan *dessert* yang ada pada umumnya.

- d. Berkontribusi untuk perekonomian negara dengan adanya pembayaran pajak usaha
- e. Mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Jakarta dengan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal.
- f. Menyediakan dessert yang tidak berkomposisi *ultra-processed food* (UPF).

### C. Metodologi

Dalam melakukan studi kelayakan bisnis terhadap *Odoroki Dessert Bar & Omakase* tentunya diperlukan metode penelitian dan data-data penunjang untuk proses penelitian. Berikut ini adalah uraian metodologi penelitian yang digunakan.

#### 1. Bab 1. Gagasan Awal

Dalam penulisan Bab 1 mengenai gagasan awal, data sekunder akan digunakan sebagai data pendukung untuk ide studi kelayakan bisnis dan merumuskan masalah beserta dengan solusi, kebutuhan, dan keinginan pasar pada tahun 2024 sebagai fondasi dibalik ide studi kelayakan bisnis untuk membangun *Odoroki Omakase Dessert Cafe*.

#### 2. Bab 2. Analisis Pasar dan Pemasaran

Beberapa kegiatan yang akan dilakukan saat melakukan analisis pasar adalah melakukan *preliminary research* melalui kuesioner, riset segmentasi pasar dan pelanggan, riset produk, riset produk, riset saluran distribusi, riset promosi dan iklan, riset penjualan, riset kompetitor, dan

menyusun analisis SWOT, *marketing mix* 8P, *business model canvas*, dan *Porter's five forces*.

Pada tahapan analisis ini, penulis akan menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder untuk memaksimalkan jumlah data dan informasi yang didapatkan. Metode penelitian kuantitatif berupa pembagian kuesioner dalam bentuk *google form*. Data hasil penyebaran kuesioner ini akan dianalisis untuk melihat gambaran responden, kondisi pasar, kecenderungan pasar, dan bauran pemasaran. Kuesioner akan disebarkan kepada target responden yang berdomisili di Kota Jakarta pada bulan Oktober 2024. Pada tahapan analisis ini, penulis juga akan menyusun beberapa *marketing tools* seperti analisis *SWOT*, *marketing mix* 8P, dan *Porter's five forces*.

### 3. Bab 3. Analisis Operasional

Pada tahapan analisis ini, penulis akan lebih cenderung melakukan pengumpulan data secara primer, dengan tambahan pengumpulan data sekunder sebagai data pendukung. Analisis operasional akan dilakukan dengan observasi secara langsung oleh penulis pada beberapa *dessert Cafe/Cafe* dan tempat *omakase* untuk mengetahui secara lebih *detail* mengenai serangkaian kegiatan yang dilaksanakan, dan juga fasilitas dan peralatan yang digunakan untuk mengoperasikan sebuah restoran dengan konsep *omakase*.

### 4. Bab 4. Analisis Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Pada tahapan analisis ini, penulis akan melakukan analisis organisasi mencakup aspek pekerjaan, pengelola usaha, dan struktur

organisasi. Adapun juga analisis mengenai sumber daya manusia yang mencakup cara merekrut, mengelola, dan mempertahankan karyawan. Metode yang akan digunakan adalah metode survei melalui wawancara untuk mendapatkan data-data mengenai organisasi dan sumber daya manusia untuk menghasilkan sebuah organisasi dengan sumber daya manusia yang optimal dan *sustainable* pada masa-masa mendatang.





## 5. Bab 5. Analisis Keuangan

Semua analisis keuangan, mulai dari sumber dana awal membangun bisnis, hingga menghitung pendapatan dari bisnis, *break-even point*, proyeksi laporan keuangan, neraca, laba rugi, dan arus kas menggunakan *software microsoft excel*.

### D. Tinjauan Konseptual Bisnis

#### 1. *Dessert Cafe*

*Dessert Cafe* atau *dessert Cafe* mengacu pada kafe khusus yang menyediakan makanan penutup sebagai menu utamanya, misalnya es krim, *waffle*, dan cokelat (Ling et al., 2023).

#### 2. *Omakase*

Pengertian konsep *omakase* dapat langsung diterjemahkan sebagai “*The complete fate of your meal is in the hands of the chef*”, di mana *omakase* adalah suatu bentuk *Japanese dining* di mana para tamu menyerahkan semuanya kepada koki dan menerima hidangan yang musiman, elegan, artistik, dan menggunakan bahan-bahan terbaik yang tersedia (Jacob.,2021).

#### 3. Sejarah Konsep *Omakase*

Pertama kali diciptakan pada tahun 1967 dan diterapkan pada hidangan sushi pada tahun 1990, *omakase* menandakan bahwa pengunjung di restoran sushi akan membiarkan koki membuat hidangan pilihannya dengan menggunakan bahan-bahan segar dalam presentasi artistik yang sederhana. Tradisi *omakase* dimulai di Jepang pada sekitar

tahun 1990 untuk mengakomodasi pelanggan *nouveau riche* yang hanya mengetahui sedikit tentang *sushi* dan hidangan laut dan tidak ingin menunjukkan kurangnya pengetahuan mereka. Solusi sederhananya adalah dengan menyerahkan menu pada koki untuk memberikan hidangan kelas atas tanpa harus mengungkapkan ketidaktahuan mereka. Dengan cara ini, koki juga tidak perlu mengungkapkan jika mereka kehabisan bahan-bahan tertentu (Murtoff.,2023).

#### 4. Pengertian Kata *Odoroki*

Kata '*odoroki*' dapat langsung diartikan sebagai perasaan terkaget atau terkagum oleh sesuatu.

#### 5. *Dessert*

*Dessert* merupakan sebuah hidangan manis yang biasa disajikan dan disantap setelah hidangan utama. Bahan yang pasti digunakan saat membuat sebuah *dessert* adalah pemanis seperti gula. Bahan-bahan lain yang umumnya terdapat pada sebuah *dessert* adalah buah-buahan, susu, tepung, telur, dan mentega.

#### 6. Sejarah *Dessert*

Kata “hidangan penutup” muncul pada abad ketujuh belas, yang berasal dari kata kerja bahasa Prancis “*desservir*”, yang berarti “membersihkan meja” dalam bahasa Inggris. Serbet dan taplak meja harus diganti sebelum hidangan penutup, yang pada saat itu adalah hidangan buah yang lembut. Hidangan itu sendiri dikenal sebagai “*le fruit*”, tetapi kaum borjuis menamainya “*dessert*”. Setelah revolusi Prancis, kata “buah” sepenuhnya digantikan oleh “*dessert*”. Pada abad

ketujuh belas dan kedelapan belas, sebagian besar makanan penutup adalah makanan yang berbahan dasar buah, sering kali menggunakan selai dan pengawet. Tuan rumah mungkin juga menyajikan kue, *marzipan*, *meringue*, atau *frozen desserts* (Gershon, 2019).

#### 7. Pengertian Produk: Teh

Teh adalah minuman berkafein yang dibuat dengan menyeduh daun, pucuk daun, atau tangkai daun kering dari tanaman *Camellia sinensis* menggunakan air panas (Savitrie, 2022). Teh umumnya diklasifikasikan menjadi tiga jenis:

##### a. Teh Hitam / *Black Tea*

Diproses melalui fermentasi penuh dan sering disebut sebagai teh merah.

##### b. Teh Oolong / *Oolong Tea*

Melalui proses fermentasi sebagian, teh ini populer di Cina dan India.

##### c. Teh Hijau / *Green Tea*

Tidak melalui proses fermentasi; daun teh langsung diolah setelah dipetik. Teh hijau dianggap memiliki manfaat kesehatan terbaik, termasuk kemampuan untuk mengurangi risiko kanker.

#### 8. Kopi

Kopi adalah minuman yang dibuat dari seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Komoditas ini dibudidayakan di lebih dari 50 negara. Dua jenis kopi yang paling dikenal adalah robusta (*Coffea canephora*) dan arabika (*Coffea arabica*). Penemuan

kopi sebagai minuman berkhasiat dan pemberi energi pertama kali dilakukan oleh masyarakat Etiopia di Afrika sekitar 3.000 tahun lalu (tahun 1000 M). Saat ini, jenis-jenis minuman kopi sangat beragam, dengan masing-masing memiliki metode penyajian dan pengolahan yang unik (Bateng, 2020).

#### 9. Kue (Bolu/Cake)

Bolu adalah makanan yang dibuat dari campuran tepung terigu, gula, dan telur. Proses pembuatannya biasanya dilakukan dengan cara dikukus atau dipanggang. Seiring waktu, bolu telah berkembang menjadi berbagai varian, seperti bolu gulung dan bolu kukus. Makanan ini sering menjadi pilihan utama dalam perayaan ulang tahun atau acara lainnya (Shin, 2021).

#### 10. Entremet

*Entremet* adalah kue yang terdiri dari beberapa komponen yang disusun menjadi beberapa lapisan, dibungkus dengan *mousse*, dilapisi dengan glasir dan diberi hiasan halus. *Entremet* tersedia dalam berbagai warna, bentuk dan ukuran, serta dapat menampilkan berbagai kombinasi rasa. Membuat *entremet* membutuhkan eksekusi yang tepat dari berbagai teknik *pastry* tradisional Prancis. *Entremet* adalah makanan penutup yang mengesankan dan lezat dan akan sempurna untuk merayakan acara khusus. *Entremet* dapat dibeli di toko kue, kafe-kafe yang bagus, atau sebagai hidangan penutup di restoran kelas atas (Dessertisans, 2020).

#### 11. *Frozen Dessert*

Es krim dan *frozen dessert* biasanya ditandai dengan dikocok dan dibekukan secara bersamaan, untuk menggabungkan kristal es dan gelembung udara, dan biasanya dimakan selagi beku (Goff, 2018).

#### 12. *Sorbet*

*Sorbet* adalah makanan penutup beku bebas susu dan lemak yang mengandung campuran jus buah atau *puree*, gula, dan air, dan bisa termasuk sumber protein untuk membuat lebih mudah adanya antarmuka gelembung setelah memasukkan udara dalam proses pengocokan (Ledeker et al., 2012)

#### 13. *Granitta*

Berasal dari Sisilia, *granita* adalah hidangan penutup Italia sederhana yang terbuat dari *puree* buah manis yang telah dibekukan dan diserut menjadi kudapan es. Meskipun *granita* dan *sorbet* dibuat dari bahan dasar yang sama, kudapan beku ini memiliki tekstur yang sedikit berbeda. *Sorbet* memiliki kualitas yang lembut dan *creamy*, mengingatkan kita pada *gelato* atau *es krim*, sedangkan *granita* memiliki tekstur serpihan yang sebanding dengan *es serut*. Hidangan khas Italia ini merupakan makanan penutup bebas susu dan bebas gluten yang hanya membutuhkan sedikit bahan termasuk buah, gula, dan air (MasterClass, 2024).

#### 14. '*Petit*'

Kata *petit* berasal dari bahasa Prancis yang secara harfiah berarti "kecil." Istilah ini digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang

berukuran kecil secara fisik, memiliki cakupan yang terbatas, atau kurang signifikan dalam hal kepentingan, skala, atau pengaruh.

#### 15. *Petit Four*

*Petit four*, yang diterjemahkan menjadi “oven kecil”, adalah kue kecil khas Prancis. Di Prancis, *petit four* disajikan di restoran dan dijual di toko roti dan toko kue untuk konsumsi rumahan. *Petit fours*, juga dikenal sebagai *mignardise* atau *friandise*, dapat berupa kue mini, roti *choux pastry*, biskuit, cokelat, atau versi kecil dari makanan penutup yang lebih besar dan rumit. *Petit Four* biasanya tidak lebih dari satu sampai dua gigitan. (MasterClass, 2022).

#### 16. Pengertian Produk: *Petit Gateaux*

*Petit gateau* atau *petits gateaux* dalam bentuk jamak (keduanya diucapkan secara kasar: puh-tee gah-toe) adalah istilah Prancis yang secara harfiah berarti “kue kecil”. Kue ini mencakup semua elemen kue *entremet* atau *mousse* (tekstur, rasa, dan komponen yang bervariasi), tetapi dalam porsi individual. Sebuah *petit gateau* biasanya tidak lebih dari tiga hingga lima gigitan.