

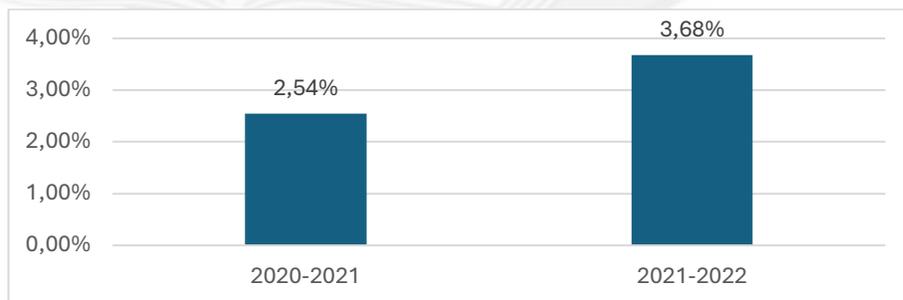
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Gagasan Awal

Di Indonesia, potensi pariwisata sangat luas, dengan berbagai macam destinasi wisata yang diharapkan dapat menarik lebih banyak pendapatan negara, baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara. Dalam beberapa tahun terakhir, industri pariwisata bahkan telah menjadi kontributor devisa terbesar kedua bagi Indonesia, setelah sektor migas (Nurmansyah, 2019). Pemerintah menargetkan bahwa dalam 5 hingga 10 tahun ke depan, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif akan memberikan kontribusi sebesar 10 hingga 12 persen terhadap Produk Domestik Bruto (Humas, 2022). Secara umum, industri pariwisata mencakup semua bisnis yang langsung terlibat dalam menyediakan barang atau layanan yang mendukung kebutuhan sektor ini, seperti transportasi, layanan kuliner, perhotelan, jasa keuangan, serta berbagai usaha hiburan dan rekreasi lainnya (Maghfira Napu & Nurhidayat, 2023).

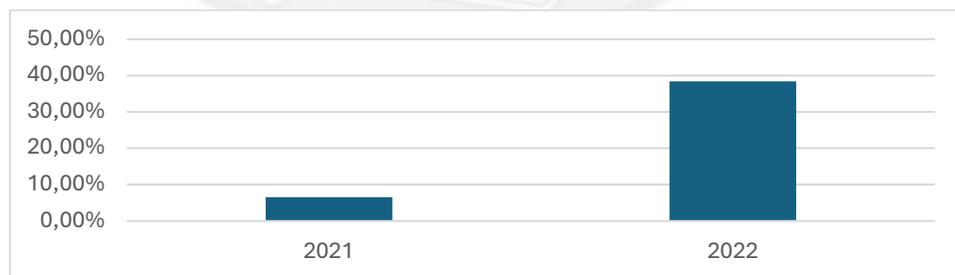
**GAMBAR 1**  
Pertumbuhan Sektor *Food & Beverage* (2020-2022)



Sumber: Badan Pusat Statistik (2020-2022)

Dalam hal ini, diketahui bahwa salah satu sektor bisnis yang dapat menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan pariwisata di Indonesia ialah industri *Food & Beverage*. Industri layanan makanan dan minuman (F&B), merupakan salah satu sektor di Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang konsisten. Sektor F&B berperan penting sebagai pendorong ekonomi suatu negara dan memiliki kontribusi signifikan dalam memenuhi kebutuhan dasar. F&B merupakan sektor usaha yang berfokus pada produksi dan penjualan makanan serta minuman. Jenis usaha dalam bidang ini meliputi kafe, kedai kopi, restoran, bar, dan layanan katering (Fanreza & Kramadibrata, 2022). Sektor ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan setiap tahunnya. Di Indonesia, tercatat peningkatan sektor F&B sebesar 2,54 persen dari tahun 2020 ke 2021, mencapai nilai Rp775,1 triliun. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) industri layanan makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) tercatat sebesar Rp1,12 kuadriliun pada tahun 2021. Angka ini menyumbang 38,05 persen dari total industri pengolahan nonmigas dan 6,61 persen dari PDB nasional yang mencapai Rp16,97 seribu seratus trilliun (Sari & Dewi, 2022).

**GAMBAR 2**  
Kontribusi F&B terhadap PDB Nasional (2021-2022)



Sumber: Badan Pusat Statistik (2021-2022)

Perkembangan F&B di Indonesia seolah tidak pernah mengalami penurunan dan cenderung semakin berkembang. Bahkan, selama pandemi *Covid-19*, industri F&B mengalami peningkatan. Pada kuartal II tahun 2021, pertumbuhan industri F&B tercatat sebesar 2,95%. Selanjutnya, pada tahun 2022, angka pertumbuhan pada periode yang sama meningkat menjadi 3,68%. Kontribusi industri F&B terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hingga kuartal II 2022 mencapai angka tertinggi di antara produk manufaktur lainnya, yaitu sebesar 38,38%. Selain itu, industri F&B di Indonesia juga tercatat sebagai salah satu sektor yang berhasil pulih dengan cepat dari dampak pandemi *Covid-19*.

**TABEL 1**  
Jumlah Penduduk di DKI Jakarta (2023-2024)

Kota	Jumlah Penduduk (Jiwa)	
	2022	2023
Kepulauan Seribu	28.262	28.523
Jakarta Selatan	2.234.262	2.235.606
Jakarta Timur	3.066.074	3.079.618
Jakarta Pusat	1.053.482	1.049.314
Jakarta Barat	2.458.707	2.470.054
Jakarta Utara	1.799.220	1.808.985
Total	10.639.007	10.672.100

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023-2024)

Diketahui data dari BPS (Badan Pusat Statistik) juga menunjukkan bahwa DKI Jakarta merupakan provinsi dengan jumlah tempat makanan dan minuman tertinggi di Indonesia pada tahun 2022 dengan total sebanyak 4.460 jumlah tempat makan dan minuman. Tabel I menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan jumlah penduduk di DKI Jakarta sebesar 0,31% dari tahun 2022 ke 2023. Dari data ini, dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk di DKI Jakarta masih meningkat setiap tahun

dan secara khusus, Jakarta Utara mencatat rata-rata pertumbuhan sebesar 0,54% antara tahun 2022 dan 2023. Pertumbuhan populasi ini mempengaruhi dinamika penawaran dan permintaan, khususnya di sektor makanan dan minuman. Hal ini juga sejalan dengan teori Abraham Maslow tentang hierarki kebutuhan menjelaskan bahwa kebutuhan dasar manusia, seperti makanan, minuman, pakaian, dan tempat tinggal, harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan lainnya. Oleh karena itu, semakin besar pertumbuhan penduduk, semakin meningkat pula kebutuhan akan makanan. Hal ini mengarah pada peningkatan permintaan pasar terhadap restoran sebagai penyedia makanan, mengingat setiap orang memerlukan makanan untuk bertahan hidup. Dengan demikian, pertumbuhan populasi ini mendorong permintaan yang lebih tinggi dalam sektor kuliner (Schiffman & Wisenblit, 2019).

Seiring dengan itu, tren makanan organik dan *vegan* juga mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menyebabkan munculnya berbagai bisnis F&B seperti restoran dan *café*, yang menawarkan produk makanan organik. Perubahan gaya hidup ini dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha kuliner untuk mengembangkan produk makanan di masa depan. Akhir-akhir ini, pola makan *vegan* dan *vegetarian* semakin populer di Indonesia. Banyak orang mulai menerapkan diet ini karena berbagai alasan, seperti untuk meningkatkan kesehatan, saran dokter terkait penyakit tertentu, penolakan terhadap kekerasan terhadap hewan, kenyamanan dengan pola makan tersebut, serta alergi terhadap bahan hewani tertentu. Hal ini mendorong banyak bisnis di Indonesia untuk memanfaatkan tren ini, seperti membuat produk *pastry* bebas susu dan makanan berbasis nabati lainnya. Di luar negeri, perusahaan makanan juga banyak yang menawarkan

berbagai produk *vegetarian*, termasuk pengganti keju dan daging, serta produk jadi yang sepenuhnya berbahan nabati (Astiana et al., 2023).

Kesadaran akan pentingnya diet *vegan* ini semakin meningkat, seiring dengan pemahaman masyarakat Indonesia mengenai peran krusial pola makan dalam kehidupan sehari-hari. Dr. Susianto, MKM, *Presiden World Vegan Organisation* (WVO) dan *Vegan Society of Indonesia* (VSI), mengonfirmasi bahwa popularitas diet *vegan* terus meningkat dari tahun ke tahun. Susianto menyatakan bahwa saat ini terdapat sekitar 700 juta orang di seluruh dunia yang mengikuti diet *vegan*. Ia juga mengungkapkan bahwa peningkatan jumlah *vegan* dapat dilihat dari pesatnya pertumbuhan restoran *vegan* di Indonesia, yang telah meningkat hingga 40 kali lipat. Hal ini terbukti oleh catatan dari *Vegetarian Society* (IVS) yang menunjukkan bahwa pada tahun 1998, terdapat hanya 50 rumah makan *vegan* di Indonesia. Namun, pada tahun 2017, angka tersebut melonjak menjadi 2.000. (Tiofani & Aisyah, 2021). Dilansir dari Media Indonesia, makanan dan minuman berbasis *vegan* diperkirakan akan mengalami pertumbuhan sebesar 7,2% antara tahun 2022 dan 2027. Pasar makanan berbasis *vegan* telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan didorong oleh meningkatnya minat konsumen terhadap pilihan makanan *vegan*. Faktor-faktor seperti kekhawatiran mengenai kesehatan, lingkungan, dan kesejahteraan hewan berperan besar dalam pergeseran ini (Suryandari, 2023). Tanpa kita sadari juga, ternyata di Indonesia, terdapat berbagai macam kue dan jajanan tradisional *vegan* yang menjadi favorit banyak orang. Sebagian besar jajanan tradisional Indonesia menggunakan bahan-bahan alami, umumnya *vegan* dan bebas gluten. Sebagai contoh, tepung yang sering

digunakan termasuk tepung beras, tepung tapioka, dan tepung ketan. Selain itu, bahan cair yang biasa dipakai adalah santan atau susu kelapa, sementara pemanisnya adalah gula.

Saat ini, semakin banyak masyarakat Indonesia yang menunjukkan minat dalam mengonsumsi makanan *vegan*. Makanan *vegan* dianggap oleh sebagian orang sebagai alternatif yang efektif untuk mengurangi konsumsi segala jenis makanan yang berasal dari hewan, dengan tujuan meminimalkan risiko terkena berbagai penyakit. Sebuah penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa dengan mengonsumsi lebih banyak makanan berbasis tanaman dan mengurangi konsumsi produk hewani dapat menurunkan risiko penyakit jantung serta kematian pada orang dewasa. Diketahui bahwa produk hewani seperti daging, keju, dan mentega merupakan sumber utama lemak jenuh. Menurut *American Heart Association* (AHA), lemak jenuh ini dapat meningkatkan kadar kolesterol dalam darah yang dapat meningkatkan risiko penyakit jantung dan stroke (Vita, 2021). Selain itu, (Dinu et al., 2019) juga mengungkapkan bahwa mengikuti pola makan *vegan* dapat menurunkan risiko terkena kanker hingga 15%. Manfaat ini kemungkinan disebabkan oleh tingginya kandungan serat, vitamin, dan fitokimia dalam makanan *vegan*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Wang et al., 2023) juga melaporkan bahwa mengikuti diet *vegan* dapat menurunkan risiko terkena diabetes tipe 2. Hal ini disebabkan oleh manfaat dari mengonsumsi makanan nabati yang sehat, seperti buah-buahan, sayuran, biji-bijian, kacang-kacangan, dan polong-polongan. Lebih dari itu, pola makan *vegan* juga dikenal ramah lingkungan karena dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Misalnya, industri

peternakan berkontribusi besar terhadap emisi gas rumah kaca, penggunaan lahan, dan pemborosan air. Menurut Scarborough (2023), pola makan yang lebih banyak mengandung produk hewani memiliki dampak lingkungan yang lebih besar. Untuk setiap unit makanan yang dikonsumsi, daging dan susu memiliki dampak lingkungan yang bisa mencapai tiga hingga seratus kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan makanan nabati. Ini menciptakan perbedaan yang signifikan antara dua ekstrem, yaitu *vegan* dan pemakan daging tinggi. Dalam penelitian ini, pola makan *vegan* hanya menghasilkan 25% dari dampak emisi gas rumah kaca yang ditimbulkan oleh pemakan daging tinggi. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan lahan yang lebih besar untuk peternakan, yang berujung pada penggundulan hutan dan mengurangi kapasitas penyimpanan karbon oleh pepohonan. Selain itu, daging juga memerlukan banyak pupuk (yang sebagian besar berasal dari bahan bakar fosil) untuk menumbuhkan tanaman pakan hewan. Sapi dan hewan lainnya juga menghasilkan gas rumah kaca secara langsung, yang semakin memperburuk dampak lingkungan. Bukan hanya soal emisi gas rumah kaca, pola makan *vegan* juga memiliki dampak yang jauh lebih rendah dibandingkan pemakan daging tinggi dalam aspek lain. *Vegan* hanya memiliki 25% dari dampak penggunaan lahan, 46% dari penggunaan air, 27% dari polusi air, dan 34% dari ancaman terhadap keanekaragaman hayati. Dengan beralih ke diet nabati, konsumsi air dan energi bisa lebih efisien, serta limbah yang dihasilkan dapat lebih mudah dikelola, memberikan manfaat yang lebih luas bagi keberlanjutan lingkungan. Seiring dengan peningkatan kesadaran akan manfaat pola makan ini, permintaan terhadap produk makanan

*vegan-based dessert* terus berkembang, menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan.

Di Indonesia, terutama di Jakarta, restoran *vegan* telah mulai berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak tempat makan yang menawarkan menu *vegan* yang beragam, mulai dari masakan tradisional Indonesia yang dimodifikasi hingga hidangan internasional. Restoran-restoran ini tidak hanya menyajikan makanan yang sehat dan lezat, tetapi juga berfokus pada keberlanjutan dan penggunaan bahan-bahan lokal. Kesadaran masyarakat tentang manfaat pola makan berbasis nabati, baik untuk kesehatan maupun lingkungan, turut mendorong pertumbuhan restoran-restoran ini. Namun, situasinya berbeda ketika kita berbicara tentang *dessert cafe vegan* di Jakarta. Meskipun beberapa kafe menawarkan pilihan menu *vegan*, jumlah kafe yang secara khusus mengusung konsep *vegan* masih terbilang sedikit. Banyak *café* yang ada hanya menyediakan pilihan terbatas, seperti minuman berbasis susu kedelai, tanpa menyajikan hidangan makanan manis yang lebih beragam. Kondisi ini membuat para pecinta *dessert vegan* seringkali kesulitan menemukan tempat yang nyaman untuk bersantai sambil menikmati sajian yang sesuai dengan pola makan. Sementara restoran *vegan* cenderung menyajikan hidangan utama yang lebih bervariasi, *café-café* ini sering kali tidak memberikan pengalaman bersantap makanan manis yang memuaskan.

**TABEL 2**  
Daftar Restoran dan *Café Vegan* di Jakarta

No.	Nama	Lokasi	Tipe
1	<i>Nitro Coffee</i>	Jl. Ciranjang No. 10, Senopati, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan	Café vegan yang dikenal dengan inovasi kopi dingin yang disajikan menggunakan teknologi nitrogen, memberikan sensasi kopi yang lebih halus dan beraroma.
2	<i>Woodpecker Coffee</i>	Jl. Terogong Raya No. 34, Pondok Indah, Jakarta Selatan	Café vegan yang menawarkan suasana nyaman dengan konsep rustic dan nuansa alam.
3	<i>The Roots</i>	Jl. Arjuna Sel. No.52 2, RT.2/RW.12, Kb. Jeruk, Jakarta Barat	Mengusung konsep alami dan minimalis, café ini menawarkan kopi berkualitas tinggi yang dipadukan dengan bahan-bahan plant-based.
4	<i>Seed</i>	Jl Kemang Raya no 88 Ground floor gedung Kemang88, RT.10/RW.2, Jakarta Selatan	Café yang fokus pada penyediaan makanan dan minuman sehat, banyak menggunakan bahan nabati.
5	<i>Burgreens</i>	Jl. K.H. Wahid Hasyim No.47 1, RT.1/RW.4, Gondangdia, Kec. Menteng, Jakarta Pusat	Sebuah café yang mengusung konsep makanan sehat dan ramah lingkungan, dengan menu utama berupa burger berbasis nabati.

Sumber: Hasil Olahan Data (2024)

**TABEL 2**  
Daftar Restoran dan *Café Vegan* di Jakarta (Lanjutan)

No.	Nama	Lokasi	Tipe
6	<i>Monolog</i>	Plaza Senayan Mall, Palm Gate Entrance, Jl. Asia Afrika No.8 CP 101 B, Gelora, Jakarta Selatan	Café vegan yang menawarkan suasana cozy dengan konsep desain modern dan industrial.
7	<i>LoveMerci Vegan Pastries</i>	Rukan Theme Park blok E No 51, Jakarta Utara	Café khusus yang menyediakan berbagai pilihan pastry vegan dengan bahan-bahan non-hewani.
8	<i>Fortunate Coffee</i>	Ruko Colombus, Blok B No. 32, Green Lake City Jl. Green Lake City Boulevard, Cengkareng, Jakarta Utara	Café vegan yang berfokus pada penyajian kopi specialty dengan berbagai pilihan biji kopi berkualitas.
9	<i>Kinkitsuya Café</i>	Ruko Cordoba, Jl. Marina Raya No.25 Blok H, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Café vegan Jepang dengan sentuhan modern, menawarkan berbagai pilihan minuman dan makanan yang terinspirasi oleh budaya Jepang.
10	Rumah Juliet	Jl. Alpukat 3 No.52, Tj. Duren Utara, Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat	Café vegan dengan konsep romantis dan intimate, sering dijadikan pilihan untuk tempat hangout atau berkumpul.

Sumber: Hasil Olahan Data (2024)

**TABEL 2**  
Daftar Restoran dan *Café Vegan* di Jakarta (Lanjutan)

No.	Nama	Lokasi	Tipe
11	<i>Dharma Kitchen Vegetarian Restaurant</i>	Jl. Pluit Kencana Raya No.106-110, RT.4/RW.7, Pluit, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Restoran <i>vegan</i> terkenal yang menyajikan masakan Asia, Indonesia & Amerika, serta makanan penutup.
12	<i>Herbivore</i>	Jalan Pantai Indah Kapuk RT.M 6, RT.6/RW.2, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Restoran ini memiliki tempat duduk di luar, tidak menerima reservasi, dan menyajikan hidangan <i>vegan</i> .
13	Bakmi Ahuat <i>Vegetarian</i>	Jl. Muara Karang Raya No.9, RT.9/RW.3, Pluit, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Restoran yang menyediakan mie <i>vegan</i> tanpa bahan pengawet.
14	Haiwai <i>Vegetarian</i>	Freshmarket PIK no.29 Utara, RT.6/RW.2, Kamal Muara, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Restoran yang menyediakan makanan <i>vegan</i> dengan harga yang murah dan berlokasi berdekatan dengan Bakmi Ahuat.
15	Alok <i>Vegetarian</i> 76	JL Pluit Karang Utara, Blok H1 No. 76, RT.21/RW.2, Pluit, Kec. Penjaringan, Jakarta Utara	Restoran <i>vegetarian</i> kecil yang nyaman dan menyediakan hidangan sederhana dengan harga terjangkau.

Sumber: Hasil Olahan Data (2024)

Untuk mencari *dessert café vegan* di Jakarta Utara, khususnya di kawasan Pantai Indah Kapuk pilihannya cukup terbatas. Meskipun tren pola makan *vegan* semakin meningkat, jumlah kafe yang secara khusus mengusung konsep *vegan* masih tergolong sedikit. Banyak kafe yang menyajikan menu vegetarian atau menawarkan pilihan *vegan* terbatas, tetapi tidak semuanya berfokus secara eksklusif

pada makanan berbasis nabati. Namun, ada beberapa *dessert café vegan* yang telah muncul dan mulai menarik perhatian. Meskipun masih jarang, keberadaan kafe-kafe ini menunjukkan bahwa permintaan akan makanan *vegan* terus berkembang, dan diharapkan akan ada lebih banyak tempat yang muncul seiring dengan semakin tingginya kesadaran akan manfaat pola makan nabati.

Kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK) semakin berkembang pesat dengan hadirnya beragam tempat makan dan hiburan. Namun, meskipun kawasan ini terus tumbuh dan semakin ramai, pengamatan menunjukkan bahwa hanya terdapat sekitar 7 (tujuh) *café vegan* yang beroperasi di wilayah tersebut. Kehadiran *café* yang sepenuhnya mengusung prinsip veganisme masih tergolong sangat terbatas. Hal ini tentu dapat membuat komunitas vegan di PIK merasa kurang terlayani dan kesulitan menemukan tempat yang nyaman untuk bersantai sambil menikmati hidangan berbasis nabati berkualitas. Kondisi ini bisa jadi disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah tantangan dalam mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi yang sepenuhnya berbasis nabati. Selain itu, kurangnya kesadaran akan manfaat diet *vegan* juga mungkin menjadi penghalang dalam perkembangan kafe-kafe ini (Dwi Lestari et al., 2023). Masyarakat umum masih lebih familiar dengan kafe yang menawarkan menu tradisional atau fusion yang tidak selalu mempertimbangkan kebutuhan diet *vegan*. Namun, dengan semakin tingginya minat terhadap makanan sehat dan keberlanjutan, ada potensi besar untuk pertumbuhan kafe *vegan* di Jakarta, termasuk di Jakarta Utara. Jika lebih banyak pengusaha yang berani mengambil risiko dan mengeksplorasi konsep kafe *vegan*, kita mungkin akan melihat lebih banyak tempat yang menyediakan pilihan menu menarik dan beragam. Dengan

adanya dukungan dari komunitas lokal dan peningkatan kesadaran akan pentingnya pola makan berbasis nabati, diharapkan Jakarta Utara dapat segera memiliki kafe *vegan* yang memuaskan bagi para penggemar makanan sehat.

Menjadi seorang *vegan* berarti mempunyai pola hidup yang menghindari konsumsi segala jenis produk hewani. Selain daging, seorang *vegan* juga tidak mengonsumsi produk olahan susu, telur, atau gelatin yang dibuat dari tulang dan jaringan ikat hewan. Sehingga dalam hal *desserts*, proses pembuatan *dessert vegan* berarti menggunakan bahan-bahan yang berbeda dari yang biasanya digunakan dalam pembuatan *dessert*. Beberapa bahan, seperti kacang, mungkin cukup mudah ditemukan, sementara bahan lain mungkin perlu dicari di toko-toko khusus yang menjual makanan organik (Agmasari & Khairunnisa, 2020). *Vegan desserts* sering menggunakan alternatif seperti *almond milk*, *soy milk*, *oat milk*, minyak kelapa, atau *vegan* margarin. Dalam aspek tekstur dan rasa, karena tidak menggunakan produk hewani, *vegan desserts* bisa memiliki tekstur dan rasa yang sedikit berbeda. Telur dan mentega dalam proses pembuatan *desserts* memberikan kelembutan, kekayaan, dan kepadatan yang khas dalam *dessert* tradisional. Sedangkan dalam proses pembuatan *vegan desserts*, tanpa telur, pengikat seperti pisang lumat, apel, *tofu silken*, *pumpkin puree*, atau *chia seeds* digunakan untuk memberikan kekentalan dan kelembutan yang tentunya sudah disesuaikan dengan rasa produk yang diinginkan (Eunice, 2022).

Dengan beberapa penjelasan diatas, terdapat beberapa alasan penting mengapa perlu dibangunnya *vegan desserts cafe* di Jakarta Utara, tepatnya di Kawasan Pantai Indah Kapuk. Pertama, meningkatnya gaya hidup berkelanjutan semakin populer,

dan veganisme dipandang sebagai langkah untuk mengurangi dampak kerusakan lingkungan, sehingga menyediakan pilihan *dessert vegan* dapat memenuhi permintaan ini. Kedua, meskipun kota Jakarta kaya akan keanekaragaman kuliner, jumlah *café* yang menawarkan *dessert vegan* masih terbatas, menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan. Selain itu, *vegan desserts café* dapat memberikan pengalaman kuliner baru dengan kreativitas dalam menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Terakhir, dengan berkembangnya komunitas *vegan* di Jakarta, keberadaan *café* khusus dapat menjadi tempat berkumpul dan berbagi informasi bagi para penggiat gaya hidup ini. Dengan semua faktor ini, *vegan desserts cafe* di Jakarta tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga mendukung tren makanan berkelanjutan. Dengan ini, melihat adanya peluang dari target pasar, pemanfaatan sumber daya yang efektif, dan tersedianya lokasi strategis, *vegan desserts cafe* ini direncanakan akan dibangun di daerah Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara. Lokasi ini dipilih karena merupakan area yang ramai dan berkembang, menarik perhatian banyak pengunjung yang mempunyai ketertarikan untuk mencoba pengalaman kuliner yang berdeda. *Vegan desserts café* ini akan mengambil konsep *garden* yang alami dan menenangkan, menciptakan suasana yang mendukung bagi para pelanggan. Dengan lingkungan yang dinamis, PIK menjadi lokasi yang ideal untuk bisnis ini, memenuhi kebutuhan konsumen akan *dessert vegan* yang berkualitas dan pengalaman bersantap yang menyenangkan.

Fokus utama *café* ini adalah menyediakan *dessert* berkualitas tinggi dengan dan menyajikan berbagai pilihan *dessert vegan* yang terbuat dari bahan-bahan alami dan segar, seperti coklat dengan bahan organik, *cheesecake* berbasis kacang, atau

*non-dairy cream* Pelayanan akan difokuskan pada kepuasan pelanggan, menciptakan suasana yang nyaman dan alami, serta menawarkan pengalaman bersantap yang berbeda dan menarik. Daya tarik utama dari *café* ini adalah desain yang memanfaatkan elemen alam dan dekorasi yang indah, menciptakan suasana yang menyegarkan bagi para tamu. Dengan konsep ini, *vegan desserts cafe* di PIK akan menjadi tempat yang menarik bagi konsumen yang mencari makanan manis yang ramah lingkungan dalam suasana yang menenangkan.

## **B. Tujuan Studi Kelayakan**

Studi Kelayakan Bisnis (SKB) ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai aspek yang berkontribusi terhadap keberlangsungan dan kesuksesan bisnis *vegan-based dessert café* yang direncanakan. Tujuan utama dari studi ini adalah untuk menentukan sejauh mana *café* memiliki potensi untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, atau sebaliknya, apakah ada kemungkinan bisnis ini akan menghadapi kesulitan yang dapat menyebabkan penutupan di masa depan. Proses ini melibatkan evaluasi mendalam dari berbagai elemen kunci yang mempengaruhi operasional dan strategi bisnis. Secara umum, tujuan dari studi kelayakan ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, sebagai berikut:

### **1. Tujuan Utama (*Major Objective*)**

Tujuan utama dari studi kelayakan ini mencakup evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek penting yang mempengaruhi kelayakan dan potensi kesuksesan dari rencana pembuatan bisnis, meliputi:

a. Aspek Pemasaran:

- 1) Menentukan segmen pasar yang menjadi fokus utama *café*, seperti *vegan enthusiast*, mahasiswa, dan profesional yang mencari tempat bersantai sambil menikmati *dessert*.
- 2) Mengevaluasi kebutuhan dan preferensi pelanggan potensial terkait suasana, fasilitas, dan jenis menu *vegan* yang diinginkan di *café*.
- 3) Mengembangkan strategi *branding* yang menarik dan merancang rencana promosi untuk menarik minat pelanggan, termasuk kampanye media sosial, program loyalitas, dan acara peluncuran yang kreatif.
- 4) Menganalisis pesaing di pasar lokal, seperti *café* dan *dessert shop* lainnya, serta mengidentifikasi keunggulan kompetitif untuk membedakan *café* ini beda dari yang lain.

b. Aspek Operasional:

- 1) Mengkaji desain menu *vegan* yang akan ditawarkan serta strategi produksi yang paling efektif untuk memastikan efisiensi, kualitas, dan keberlanjutan dalam setiap hidangan.
- 2) Menganalisis dan menetapkan standar kualitas untuk setiap produk, pelayanan, dan suasana *café* agar semua aspek memenuhi ekspektasi pelanggan serta standar industri *vegan*.
- 3) Menilai kesesuaian lokasi yang dipilih untuk membuka *café* dengan jenis produk yang dijual serta segmen pasar yang ditargetkan, termasuk faktor aksesibilitas dan daya tarik bagi pengunjung.

4) Mengkaji rencana pengelolaan persediaan serta teknologi yang akan diterapkan, untuk memastikan proses operasional yang efisien dan kontrol stok yang efektif, termasuk penggunaan bahan baku organik yang berkualitas.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia:

1) Menganalisis keselarasan antara calon karyawan dengan kriteria yang ditetapkan sesuai dengan kebutuhan *café*, untuk memastikan tim yang direkrut memiliki kualitas yang sesuai dengan visi bisnis.

2) Merancang serta mengevaluasi tahapan rekrutmen, seleksi, dan orientasi bagi karyawan baru, agar sejalan dengan struktur organisasi yang diperlukan untuk menjalankan *vegan-based dessert café* ini.

3) Menyusun rencana pelatihan dan pengembangan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan serta pengetahuan karyawan, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik dan memahami produk *vegan* yang ditawarkan.

4) Menilai dan merancang struktur gaji serta paket kompensasi yang kompetitif bagi karyawan, untuk menarik talenta terbaik dan meningkatkan kepuasan kerja di lingkungan *café* yang ramah.

5) Mengkaji sistem koordinasi serta pelaksanaan pelatihan dan pengawasan kinerja karyawan, untuk memastikan operasi yang efisien dan pencapaian target bisnis, sekaligus menciptakan atmosfer kerja yang positif dan kolaboratif.

d. Aspek Keuangan:

- 1) Menganalisis jumlah modal yang diperlukan untuk memulai *vegan-based dessert cafe*, termasuk estimasi biaya renovasi, peralatan dapur, bahan baku organik, dan kebutuhan awal lainnya.
- 2) Mengevaluasi jenis investasi yang paling sesuai serta strategi pengalokasian dana secara efisien untuk mendukung kebutuhan operasional dan pengembangan bisnis.
- 3) Mengembangkan rencana keuangan yang menyeluruh untuk mengelola kafe, termasuk proyeksi pendapatan dari penjualan *vegan desserts*, pengeluaran operasional, serta analisis titik impas guna memastikan keberlanjutan finansial jangka panjang.

2. Sub Tujuan (*Minor Objective*)

Sub tujuan dari pembukaan *vegan-based dessert café* dengan tema *garden* ini mencakup berbagai aspek spesifik yang ingin dicapai untuk memastikan *café* menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan, serta menawarkan hidangan sehat berbasis nabati. Berikut adalah rincian sub tujuan tersebut:

- a. Menyajikan hidangan *vegan-based desserts* yang semakin menarik perhatian orang yang menerapkan diet *vegan* atau mempunyai alergi terhadap bahan-bahan hewani dan orang yang ingin mencari pengalaman kuliner yang baru. *Café* ini berfokus pada penyajian menu yang menarik dan dengan meningkatnya minat terhadap tren *vegan*, *café* ini bertujuan untuk menawarkan pilihan *dessert* yang lezat dan ramah lingkungan, sekaligus

memperkenalkan rasa dan bahan-bahan yang mungkin belum familiar bagi banyak orang.

- b. Menyediakan lingkungan yang mendukung kenyamanan dan ketenangan, dengan desain interior yang terinspirasi dari alam, pencahayaan lembut, dan elemen akustik yang baik. Tujuan ini adalah untuk menciptakan ruang yang memungkinkan pelanggan merasa rileks dan fokus saat menikmati *dessert* atau bekerja di tengah suasana taman.
- c. Memberikan pengalaman baru dalam menikmati hidangan *vegan* dengan konsep *garden*, melalui penyajian yang menarik, yang meningkatkan kualitas waktu bersantai. Fokus pada presentasi makanan dan minuman yang artistik, memberikan nilai tambah pada pengalaman bersantai di *café*.
- d. Mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek menu, dari pemilihan bahan baku organik yang segar hingga teknik penyajian yang menjaga nilai gizi. Tujuan ini adalah untuk memastikan bahwa setiap produk yang disajikan tidak hanya lezat tetapi juga ramah lingkungan.

### **C. Metodologi**

Penelitian atau analisis deskriptif merupakan suatu pendekatan yang terstruktur untuk menyelidiki isu tertentu dengan tujuan menemukan jawaban atas masalah yang diteliti secara ilmiah. Menurut Purwanto (2019), "Penelitian adalah metode untuk menemukan kebenaran atau menyelesaikan masalah yang dilakukan dengan cara ilmiah." Dalam penelitian, terdapat tiga kriteria penting yang harus dipenuhi: penelitian harus bersifat sistematis, penelitian harus direncanakan dengan baik, dan

penelitian harus mengikuti prinsip-prinsip ilmiah. Penelitian ini sangat diperlukan untuk mengevaluasi kelayakan usaha *vegan-based dessert café* ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan metodologi kuantitatif yang bertujuan untuk mengukur dan menganalisis data numerik yang terkait dengan preferensi konsumen, potensi pasar, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kelayakan usaha *café* berbasis *vegan*. Metodologi kuantitatif ini akan memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang dapat dihitung, dianalisis secara statistik, dan diinterpretasikan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan objektif tentang kondisi pasar. Selain itu, analisis data sekunder juga akan digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan mengenai tren pasar, data demografis, dan preferensi konsumen yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder ini akan diperoleh dari berbagai sumber seperti survei pasar yang sudah ada, serta statistik dan publikasi pemerintah yang terkait dengan sektor makanan dan minuman, khususnya yang berhubungan dengan produk berbasis nabati. Penggunaan data sekunder ini akan membantu dalam memberikan konteks yang lebih luas tentang potensi pasar untuk *café vegan-based dessert* di kawasan Pantai Indah Kapuk.

Dengan pendekatan ini, penelitian ini akan dapat memberikan analisis yang lebih komprehensif dan berbasis data yang akurat untuk menilai apakah usaha *café* berbasis *vegan-based dessert* layak dijalankan di kawasan tersebut, serta faktor-faktor apa saja yang dapat mendukung kesuksesannya. Penelitian juga akan dilengkapi dengan pengumpulan data yang akurat dengan melakukan berbagai analisis penelitian sebagai berikut.

## 1. Analisis Pemasaran

Aspek pemasaran dirancang untuk merencanakan penetapan harga, promosi, dan distribusi barang ke pasar. Penelitian ini khusus berfokus pada strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan pilar strategi pemasaran yang terdiri dari serangkaian alat untuk membantu perusahaan menghadapi tantangan dalam industri. *Marketing mix* pertama kali diperkenalkan oleh McCarthy dan Perault (2019), yang mengklasifikasikan berbagai aktivitas pemasaran ke dalam empat dimensi, yaitu 4P: *Produk*, *Price*, *Place* dan *Promotion*. Kemudian, Booms dan Bitner (2019) menerbitkan studi tentang strategi pemasaran dan struktur organisasi untuk perusahaan jasa, yang memperkenalkan 7P dengan menambahkan tiga dimensi baru: *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Pada akhirnya, Kotler (2021) menyimpulkan bauran pemasaran modern mencakup 8P, yang merupakan gabungan dari model 4P awal dan tambahan 4P yang meliputi *People*, *Process*, *Physical Evidence*, serta *Productivity*.

Terlihat bahwa pada awalnya, alat pemasaran terdiri dari 4P: produk, harga, tempat, dan promosi. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, diperlukan elemen pemasaran tambahan yang bersifat internal untuk meningkatkan daya saing perusahaan, yaitu proses, orang, bukti fisik, dan yang terbaru adalah produktivitas dan kualitas. Berikut adalah penjelasannya menurut James (2021).

### a. *Product*

*Product* atau produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, dan strategi pengembangan produk harus mencakup

beberapa aspek: harus sesuai dengan keinginan pasar, memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta memiliki keunggulan dibandingkan kompetitor.

*b. Price*

*Price* atau harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk produk tersebut, dan strategi penetapan harga harus mencerminkan posisi produk di pasar, menutupi biaya produksi serta margin keuntungan, dan mempertimbangkan harga kompetitor tanpa bersikap serakah.

*c. Place*

*Place* atau tempat distribusi mencakup cara agar produk mudah dijangkau oleh konsumen, yang bisa dilakukan dengan menjual langsung kepada konsumen atau melalui *reseller* untuk memperluas area distribusi.

*d. Promotion*

*Promotion* atau promosi meliputi semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memberitahu konsumen tentang produk, seperti iklan melalui berbagai media, *personal selling*, dan *sales promotion*.

*e. Process*

*Process* atau proses merujuk pada sistem dan prosedur yang diterapkan untuk menjaga kualitas produk dari awal hingga sampai ke tangan konsumen, termasuk penanganan keluhan.

*f. People*

*People* atau manusia mengacu pada karyawan perusahaan, termasuk manajemen dan karyawan, di mana penting untuk menciptakan budaya kerja

yang baik dan memberikan pelatihan agar karyawan dapat melayani konsumen dengan baik.

g. *Physical Evidence*

*Physical Evidence* atau bukti fisik mencakup fasilitas yang merepresentasikan perusahaan, yang harus menciptakan suasana yang nyaman dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

h. *Productivity*

*Productivity* atau produktivitas dan kualitas menjelaskan bagaimana perusahaan mengubah input dari konsumen menjadi output yang memberikan manfaat maksimal.

Analisis yang terus-menerus terhadap strategi bauran pemasaran dalam studi kelayakan bisnis sangat penting, karena persaingan di masa mendatang akan semakin ketat. Oleh karena itu, seorang peneliti harus sudah menyiapkan strategi pemasaran yang efektif dan terperinci.

## 2. Analisis Operasional

Menurut Dias (2023), analisis operasional atau yang juga dikenal sebagai aspek produksi, memegang peranan penting dalam penilaian kelayakan sebelum sebuah bisnis beroperasi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam aspek ini meliputi pemilihan lokasi, tata letak (*layout*) pengaturan peralatan pabrik, serta proses produksi dan pemilihan teknologi. Oleh karena itu, analisis aspek operasional bertujuan untuk menilai kesiapan bisnis dalam menjalankan usahanya dengan mempertimbangkan lokasi yang tepat, luas area produksi, tata

letak, serta kesiapan mesin yang akan digunakan. Analisis aspek operasional dalam studi kelayakan bisnis mencakup:

a. Aspek Jenis Aktivitas dan Fasilitas

1) Aktivitas Utama Bisnis

Dalam perencanaan bisnis, penting untuk mengidentifikasi aktivitas utama yang akan dilakukan. Contoh aktivitas ini meliputi pengolahan bahan baku makanan menjadi produk siap saji, pelaksanaan penjualan baik secara langsung (*luring*) maupun *online (daring)*, penyelenggaraan kelas atau *workshop* untuk edukasi pelanggan, dan upaya pemasaran produk untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Semua aktivitas ini harus dirancang dalam bentuk alur kerja yang jelas, menggambarkan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan bisnis.

2) Fasilitas yang Digunakan

Untuk mendukung aktivitas utama tersebut, diperlukan fasilitas yang memadai. Misalnya, dapur untuk pengolahan makanan yang dilengkapi dengan peralatan tertentu dan memiliki ukuran yang sesuai, gudang untuk penyimpanan bahan baku yang juga harus memadai dalam luas dan dilengkapi alat penyimpanan yang tepat, serta *outlet* yang menyediakan pengalaman berbelanja yang baik bagi konsumen. Denah fasilitas ini harus disertakan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana setiap area diatur.

b. Analisis Hubungan Fungsional antara Aktivitas dan Fasilitas

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara aktivitas yang dilakukan dengan fasilitas yang diperlukan. Keterkaitan ini sangat penting untuk memastikan bahwa fasilitas yang disediakan mendukung kelancaran aktivitas bisnis. Tabel perincian fasilitas harus mencakup informasi mengenai tanah, bangunan, peralatan, inventaris, kendaraan, dan persediaan bahan produksi, termasuk jumlah, harga, dan nama pemasok. Dengan data ini, bisnis dapat dengan mudah mengidentifikasi kebutuhan dan memastikan efisiensi operasional.

c. Penghitungan Kebutuhan Ruang Fasilitas

Analisis terhadap kebutuhan ruang harus dilakukan dengan mempertimbangkan aktivitas dan fasilitas yang diperlukan. Ini harus disesuaikan dengan kapasitas produksi dan ketersediaan lahan untuk bisnis. Denah bangunan dan *interior* harus dilampirkan untuk memberikan gambaran *visual*. Selain itu, penting untuk menyusun estimasi biaya pendirian atau renovasi berdasarkan penawaran dari kontraktor terdaftar, mencantumkan harga per meter persegi yang diperoleh dari survei lapangan di kantor kontraktor. Hal ini membantu dalam perencanaan anggaran dan pengelolaan biaya.

d. Pemilihan Lokasi

Pemilihan lokasi adalah langkah penting yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Uraian mengenai latar belakang pemilihan lokasi harus mempertimbangkan jenis aktivitas yang akan dilakukan. Analisis pemilihan

lokasi harus mencakup faktor-faktor ekonomi yang akan memengaruhi perkembangan bisnis di masa depan, serta alasan pemilihan faktor-faktor tersebut. Menggunakan metode *factor rating method* untuk membandingkan bobot nilai dari tiga calon lokasi dapat membantu dalam menentukan lokasi yang paling sesuai. Metode ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih objektif berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.

e. Teknologi yang Digunakan

Teknologi dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan bagi bisnis yang akan dibangun. Dengan mengadopsi teknologi yang tepat, bisnis dapat meningkatkan produktivitas dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

3. Analisis Organisasi

Analisis organisasi adalah faktor penting dalam menentukan kelayakan suatu usaha. Meskipun sebuah usaha mungkin telah dinyatakan layak untuk dijalankan, tanpa dukungan manajemen dan organisasi yang efektif, kemungkinan mengalami kegagalan tetap ada. Baik dalam hal sumber daya manusia (SDM) maupun dalam penyusunan rencana perusahaan, segala sesuatu harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan (Yusmiana et al., 2021). Pencapaian tujuan ini akan lebih mudah terwujud jika mengikuti prinsip-prinsip dan tahapan dalam proses manajemen. Beberapa langkah untuk melakukan analisis organisasi meliputi:

## a. Pengorganisasian

### 1) Penyusunan Struktur Organisasi Bisnis

Langkah pertama dalam pengorganisasian perusahaan adalah menetapkan visi, misi, dan nilai-nilai yang akan menjadi pedoman utama dalam menjalankan bisnis, yang harus mencerminkan strategi yang telah ditetapkan serta mendukung stabilitas dan budaya perusahaan. Setelah itu, perlu merancang struktur organisasi dengan jelas, yang mendetailkan pembagian fungsi dan posisi, termasuk hirarki, kewenangan, dan hubungan pelaporan, sehingga struktur ini selaras dengan strategi bisnis, teknologi yang digunakan, dan sumber daya manusia yang tersedia.

### 2) Analisis Pekerjaan

Analisis mendalam terhadap setiap pekerjaan diperlukan untuk menentukan isi dan tanggung jawab yang terkait, sehingga menghasilkan deskripsi pekerjaan yang jelas yang menjadi dasar dalam menentukan kualifikasi dan spesifikasi yang diperlukan untuk setiap posisi. Selain itu, analisis ini juga mencakup kualifikasi yang diperlukan, seperti kemampuan, pengalaman, dan pendidikan, serta penentuan upah atau gaji yang sesuai berdasarkan tanggung jawab dan kompleksitas pekerjaan tersebut.

### 3) Pengelola

Analisis terhadap manajemen usaha perlu dilakukan untuk mengevaluasi susunan tim manajemen yang akan mengelola bisnis. Tinjau kekuatan dan kelemahan setiap pengelola berdasarkan kompetensi dan keterampilan

yang dimiliki. Analisis ini sangat penting untuk memastikan bahwa manajemen siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di lingkungan bisnis yang terus berubah. Dengan demikian, pengorganisasian yang baik akan memberikan fondasi yang kuat untuk kesuksesan perusahaan.

b. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

1) Perencanaan Tenaga Kerja

Proses perencanaan tenaga kerja dimulai dengan rekrutmen, mencari calon karyawan yang sesuai untuk posisi yang tersedia. Seleksi dilakukan melalui berbagai ujian dan wawancara untuk memastikan calon karyawan memenuhi kualifikasi yang diperlukan. Setelah berhasil melewati proses seleksi, karyawan baru akan mendapatkan orientasi tentang perusahaan dan tugas agar lebih siap untuk berkontribusi.

2) *Employee Value Proposition*

Menetapkan paket kompensasi yang mencakup gaji langsung serta manfaat tambahan, seperti tunjangan kesehatan, asuransi, dan penghargaan lainnya, merupakan langkah penting yang harus memastikan semua kompensasi sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk upah minimum dan peraturan ketenagakerjaan yang relevan, seperti PERPU No. 2 Tahun 2022 dan UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Selain itu, menyediakan fasilitas yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan motivasi karyawan, seperti program kesehatan, lingkungan kerja yang nyaman, dan peluang pengembangan karir, bertujuan untuk menciptakan suasana kerja yang

mendukung produktivitas dan kepuasan karyawan. Serta merencanakan program pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan karyawan sesuai dengan kebutuhan bisnis saat ini dan di masa depan.

c. Aspek Yuridis

1) Pemilihan PT atau Perusahaan Perorangan

Memilih bentuk badan usaha yang paling sesuai untuk bisnis, apakah itu Perseroan Terbatas (PT) atau perusahaan perorangan. Pastikan pemilihan ini selaras dengan kebutuhan bisnis dan peraturan yang berlaku, terutama yang diatur dalam PERPU No. 2 Tahun 2022 dan UU No. 11 Tahun 2020.

2) Susunan Pemilik Saham

Jika bisnis yang dipilih berbentuk PT, tetapkan susunan pemilik saham dengan jelas. Ini mencakup informasi tentang modal dasar, modal yang telah disetor, jumlah saham, nilai nominal saham, dan identitas pemegang saham. Menyertakan informasi mengenai pengurus dan peran masing-masing dalam perusahaan.

3) Perijinan Tempat/Lokasi

Memastikan bahwa lokasi bisnis mematuhi rencana tata ruang dan peraturan daerah yang berlaku. Memastikan legalitas lokasi sangat penting untuk menghindari sengketa di masa depan dan untuk memastikan operasi bisnis berjalan lancar.

4) Perijinan produk

Melengkapi semua izin yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, termasuk izin untuk produk yang diproduksi atau didistribusikan. Pastikan

semua dokumen perizinan terpenuhi untuk mematuhi peraturan yang berlaku. Selain itu, periksa kemungkinan untuk mengajukan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk produk yang akan dijual guna melindungi inovasi bisnis.

#### 4. Analisis Keuangan

Aspek keuangan dalam studi kelayakan bisnis berfungsi untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan. Ini mencakup identifikasi sumber dana, estimasi pendapatan, serta jenis investasi dan biaya yang terkait selama proses investasi. Selain itu, proyeksi laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi, neraca, dan arus kas juga menjadi bagian penting. Melalui analisis keuangan ini, dapat ditentukan apakah suatu usaha layak untuk dilanjutkan atau tidak, menggunakan berbagai alat analisis yang tersedia (Kasmir & Jakfar, 2019).

##### a. Kebutuhan dan Sumber Dana

Sumber dana yang diperlukan untuk menjalankan suatu bisnis dapat diperoleh dari berbagai sumber, yaitu:

- 1) Modal sendiri: dana yang berasal dari pemilik usaha.
- 2) Dana pihak ketiga: dana yang diperoleh dari investor atau lembaga lain.
- 3) Pinjaman bank: dana yang didapat dari lembaga perbankan.

Perencanaan awal menentukan bahwa 40% dari total dana harus berasal dari modal sendiri, sementara 60% lainnya dapat berasal dari dana pihak ketiga atau pinjaman bank. Jika memanfaatkan pinjaman, penting untuk

memperhitungkan cicilan dan periode pinjaman, yang biasanya maksimum selama 10 tahun.

b. Perkiraan Biaya Operasional

Estimasi biaya operasional dihitung untuk tahun pertama bisnis, dengan mempertimbangkan inflasi untuk memprediksi peningkatan harga bahan baku dan biaya operasional lainnya.

c. Perkiraan Pendapatan Usaha

Pendapatan usaha diperkirakan berdasarkan kapasitas penjualan yang dapat dicapai dalam satu tahun, memberikan gambaran mengenai potensi pendapatan.

d. Proyeksi Neraca

Proyeksi neraca menunjukkan posisi keuangan pada akhir periode tertentu, mencakup aset lancar, aset tetap, aset tidak berwujud, utang jangka pendek, utang jangka panjang, dan modal sendiri.

e. Proyeksi Rugi Laba

Laporan proyeksi rugi laba hanya untuk 12 bulan pertama, dengan menghitung *Gross Operating Profit (GOP)* dan *Net Profit*. Perhitungan ini mencakup biaya barang yang dijual, biaya operasional, bunga pinjaman, serta pajak.

f. Proyeksi Arus Kas

Analisis arus kas berfokus pada operasional, memperkirakan aliran kas masuk dan keluar selama periode tertentu, sehingga terlihat likuiditas bisnis.

g. Analisis *Break Even Point*

Analisis titik impas dilakukan hingga tahun kelima untuk menentukan pada tingkat kapasitas produksi berapa perusahaan dapat menutup biaya tetapnya.

h. Penilaian investasi

Penilaian investasi melibatkan beberapa metode:

- 1) *Weighted Average Cost of Capital (WACC)*: Menentukan asumsi untuk analisis investasi.
- 2) *Payback Period*: Mengukur waktu yang dibutuhkan untuk menutup investasi awal. Jika periode lebih pendek dari maksimum yang dapat diterima, investasi dapat disetujui.
- 3) *Internal Rate of Return (IRR)*: Mencari tingkat pengembalian yang menyamakan nilai sekarang dari arus kas yang diharapkan. Jika IRR lebih tinggi dari target, investasi layak.
- 4) *Net Present Value (NPV)*: Selisih antara nilai sekarang dari arus kas bersih dengan investasi awal. NPV positif menunjukkan proyek layak, sedangkan negatif menunjukkan sebaliknya.
- 5) *Profitability Index (PI)*: Mengukur hubungan antara nilai sekarang arus kas bersih dan nilai sekarang investasi. PI lebih dari 1 menunjukkan proyek menguntungkan.

i. Analisis rasio laporan keuangan

Analisis ini mencakup rasio profitabilitas, likuiditas, modal kerja, leverage, dan rasio operasional, disesuaikan dengan industri terkait, seperti perhotelan dan restoran.

j. Manajemen risiko

Meskipun SKB telah disusun dengan cermat, ketidakpastian tetap ada. Sehingga dalam analisis ini, peneliti menguraikan strategi manajemen risiko yang mencakup aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, hukum, sosial, dan keuangan, serta analisis cara mengatasi risiko tersebut.

#### **D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait**

1. Pengertian Restoran

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang dikelola secara komersial, memberikan pelayanan yang baik kepada semua pelanggan dengan menawarkan makanan dan minuman (Marsum, 2019). Menurut Prof. Vanco Christian dari *School of Hotel Administration di Cornell University*, tujuan utama restoran adalah untuk menghasilkan keuntungan. Selain itu, memastikan kepuasan pelanggan juga merupakan salah satu tujuan operasional yang penting bagi restoran. Restoran adalah tempat yang menyediakan makanan dan minuman untuk dikonsumsi oleh pelanggan. Di dalam restoran, pengunjung dapat memilih dari berbagai menu yang ditawarkan, dan biasanya ada layanan yang memastikan pengalaman makan yang baik. Restoran bisa memiliki berbagai tema, gaya, dan jenis masakan, serta sering kali menambahkan elemen hiburan atau suasana tertentu untuk menarik pengunjung.

Adapun menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan Usaha Rumah Makan, restoran atau rumah makan didefinisikan sebagai usaha yang menyediakan layanan makanan

dan minuman yang dikelola secara komersial. Sementara itu, menurut peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan, rumah makan adalah jenis usaha jasa pangan yang berlokasi di sebagian atau seluruh bangunan permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penjualan makanan dan minuman kepada publik di tempat usaha tersebut.

## 2. Klasifikasi Restoran

Menurut Marsum (2019) restoran dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yang dijelaskan sebagai berikut:

### a. *A La Carte Restaurant*

Restoran ini memiliki izin penuh untuk menjual berbagai jenis makanan. Pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih makanan sesuai keinginan. Setiap hidangan di restoran ini memiliki harga yang berbeda.

### b. *Table D'hote Restaurant*

Restoran ini menawarkan menu lengkap yang mencakup hidangan dari pembuka hingga penutup, dengan harga yang sudah ditetapkan. Pelanggan biasanya memilih satu paket menu yang disajikan.

### c. *Cafeteria atau Caf e*

Ini adalah restoran kecil yang fokus pada penjualan kue, roti isi, kopi, dan teh. Pilihan makanan yang ditawarkan terbatas, dan umumnya tidak menyediakan minuman beralkohol.

d. *Inn Tavern*

Restoran ini menawarkan harga yang terjangkau dan dikelola oleh individu di tepi kota. Suasana yang diciptakan sangat akrab dan ramah, dengan hidangan yang lezat.

e. *Snack Bar atau Milk Bar*

Restoran ini memiliki ruang yang tidak terlalu besar dan menawarkan suasana yang santai. Pelayanan cepat, di mana pelanggan mengambil makanan sendiri dari counter menggunakan baki dan membawanya ke meja. Jenis makanan yang umum tersedia meliputi hamburger, roti isi, kentang goreng, ayam goreng, nasi, dan mie. Ini lebih dikenal sebagai restoran cepat saji.

f. *Specialty Restaurant*

Restoran ini memiliki suasana dan dekorasi yang sesuai dengan jenis makanan yang disajikan. Biasanya, restoran ini menawarkan masakan dari berbagai negara, seperti Eropa, China, Jepang, dan India. Pelayanan juga mengikuti tata cara khas dari negara asal masakan tersebut.

g. *Family Type Restaurant*

Restoran ini sederhana dan menyajikan makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Dirancang untuk keluarga dan rombongan, restoran ini memberikan suasana yang nyaman untuk bersantap bersama.

3. Pengertian *Café*

Istilah "café" berasal dari bahasa Prancis yang secara harfiah berarti kopi, tetapi istilah ini digunakan untuk menyebut tempat di mana orang berkumpul, bersantai, dan beraktivitas. Seiring berjalannya waktu, *café* tidak hanya

menawarkan kopi, tetapi juga berbagai minuman lainnya serta makanan ringan. Umumnya, *café* tidak menyediakan menu makanan utama, melainkan hanya minuman dan makanan ringan sebagai pilihan hidangan, dan beberapa di antaranya juga menawarkan hiburan bagi para pengunjung yang datang. Awalnya, Perancis dikenal sebagai negeri *café* karena perkembangan *café* di sana sangat pesat, dengan banyaknya *café* yang tersebar di hampir seluruh wilayah negara tersebut. Sementara itu, *coffee shop* yang kita kenal berasal dari Turki, yang pertama kali didirikan pada tahun 1475 di Konstantinopel, awalnya hanya menyajikan kopi sebelum menawarkan lebih banyak pilihan menu. Di Eropa, *coffee shop* pertama kali muncul pada tahun 1529 dan segera populer di kalangan masyarakat karena inovasi dalam menyaring dan memperhalus kopi serta mencampurnya dengan susu, menjadikannya lebih nikmat. Seiring berjalannya waktu, *coffee shop* di Eropa semakin berkembang, tidak hanya menjual minuman kopi, tetapi juga menyediakan cemilan sebagai pelengkap (Maulidi, 2019). Dari sejarah yang ada, fungsi *café* telah mengalami perubahan seiring waktu. Yang dulunya hanya berfungsi sebagai kedai yang menyajikan kopi kini memiliki peran yang lebih luas. Hal ini terlihat dari desain bangunan *café* saat ini, di mana selain mengutamakan kenyamanan, *café* juga dirancang agar menarik.

Menurut *Dictionary of English Language and Culture*, dikatakan beberapa fungsi *café* meliputi sebagai tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman, melepas penat setelah seharian bekerja, berbincang dengan teman, serta mengadakan pertemuan dengan rekan kerja di luar jam kantor (Devanty, 2022).

#### 4. Fasilitas *Café*

Menyediakan fasilitas yang baik dan lengkap adalah faktor krusial dalam mendirikan sebuah bisnis. Fasilitas tersebut berfungsi sebagai sarana dan prasarana, yang berarti perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa puas. Setiap konsumen yang datang pasti akan merasakan fasilitas yang disediakan, seperti ketersediaan area parkir, kebersihan toilet, dan kenyamanan ruang tunggu. Jika fasilitas yang ada dirasa kurang memadai, hal ini dapat mengakibatkan berkurangnya jumlah konsumen dan potensi kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus berupaya semaksimal mungkin untuk menyediakan fasilitas agar konsumen merasa nyaman dan puas saat menggunakan layanan (Wardhani & Hastuti, 2024).

Fasilitas di sebuah *café* umumnya mencakup berbagai elemen yang mendukung kenyamanan dan pengalaman pelanggan. Pertama, area tempat duduk yang nyaman, baik di dalam maupun di luar ruangan, memungkinkan pengunjung untuk bersantai. *Café* juga sering menyediakan akses *Wi-Fi* gratis untuk pelanggan yang ingin bekerja atau berselancar di internet. Ketersediaan toilet yang bersih dan terawat sangat penting untuk kenyamanan pengunjung. Selain itu, tempat parkir yang memadai memudahkan akses bagi pelanggan yang datang dengan kendaraan. Beberapa *café* juga menawarkan layanan pemesanan *online* atau *take away*, serta fasilitas seperti colokan listrik untuk pengisian perangkat, dan area bermain anak bagi yang membawa keluarga. Semua fasilitas

ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan menarik bagi pelanggan (Asman & Desy, 2024).

#### 5. Operasional *Café*

Sistem operasional *café* melibatkan serangkaian proses yang dirancang untuk memastikan efisiensi dan kepuasan pelanggan. Pertama, pengadaan bahan baku berkualitas dari pemasok terpercaya adalah langkah awal yang penting. Setelah itu, proses persiapan dan penyajian makanan dan minuman dilakukan dengan mengikuti standar resep dan kebersihan. Pelayanan pelanggan menjadi fokus utama, di mana staf dilatih untuk memberikan pengalaman yang ramah dan responsif. Sistem pemesanan, baik secara langsung maupun melalui aplikasi, harus terintegrasi untuk memudahkan pelanggan. Selain itu, manajemen inventaris dan pengelolaan keuangan harus dilakukan secara rutin untuk memastikan ketersediaan bahan baku dan kontrol biaya. Pemasaran juga berperan penting, baik melalui media sosial maupun promosi lokal, untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Akhirnya, evaluasi dan umpan balik dari pelanggan menjadi alat penting untuk perbaikan berkelanjutan dalam operasional *café*.

Pramusaji adalah sebutan untuk karyawan restoran atau *café* yang bertanggung jawab memenuhi kebutuhan makanan dan minuman pelanggan dengan cara yang profesional. Peran pramusaji sangat penting dalam memberikan kepuasan kepada tamu di restoran atau kafe, karena pramusaji berinteraksi langsung dengan pengunjung. Kualitas pelayanan akan

mempengaruhi kesan tamu terhadap hotel dan kemungkinan tamu untuk kembali. Oleh karena itu, diperlukan *Standart Operasional Prosedur* (SOP) untuk mendukung pramusaji dalam menjalankan tugasnya dengan baik. Menurut Ekotama (2021), SOP adalah sistem yang disusun untuk memudahkan, merapikan, dan menertibkan pekerjaan. SOP mencakup langkah-langkah jelas untuk menyelesaikan aktivitas atau mengatasi masalah dan harus memiliki standar kerja untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Tujuan dari SOP adalah memberikan pedoman kerja agar kegiatan perusahaan dapat terkontrol. Menurut Fatimah (2019), SOP bertujuan untuk menjaga konsistensi kerja karyawan, memperjelas alur tugas dan tanggung jawab, mempermudah proses delegasi tugas, serta memfasilitasi monitoring dan pemahaman staf secara sistematis.

#### 6. Pengertian *Dessert*

Kata "hidangan penutup" merupakan terjemahan dari "*dessert*" dalam bahasa Inggris, yang berasal dari istilah Perancis Kuno "*desservir*". Istilah "*dessert*" yang artinya membersihkan meja. Pada tahun 2013, ahli kuliner Michael Krondl menjelaskan bahwa hidangan penutup disajikan setelah meja makan dibersihkan dari hidangan lainnya. Hidangan penutup biasanya disajikan setelah hidangan utama sebagai pencuci mulut dan memiliki rasa manis, meskipun terkadang juga ada yang memiliki rasa asin atau kombinasi. Istilah lainnya seperti "*afters*" lebih sering digunakan di negara-negara Inggris untuk menyebut hidangan penutup

Fungsi hidangan penutup dalam urutan penyajian adalah untuk memberikan kesegaran setelah menikmati hidangan utama, yang kadang-kadang memiliki aroma atau rasa yang kuat. Pada awalnya, *dessert* disajikan dalam bentuk buah

segar tanpa pengolahan. Namun, seiring perkembangan waktu, variasi hidangan penutup mulai muncul dengan menggabungkan bahan dasar seperti kue, pie, dan es krim, yang dipadukan dengan saus, buah, sirup, krim, atau kombinasi bahan lainnya. Hal ini menciptakan hidangan penutup yang lezat dan menarik.

## 7. Klasifikasi *Dessert*

Secara umum, *dessert* dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu hidangan penutup dingin dan hidangan penutup panas (Ekawatiningshah et al., 2019). Klasifikasi ini didasarkan pada perbedaan suhu, baik dalam proses pengolahan maupun saat penyajian.

### a. Hidangan Penutup Dingin (*Cold Dessert*)

Hidangan penutup dingin disajikan pada suhu rendah. Meskipun demikian, proses pembuatannya mungkin melibatkan pemasakan sebelum didinginkan, misalnya dengan menyimpannya dalam lemari es. Penyajian hidangan ini harus dilakukan pada suhu dingin, termasuk alat hidang yang digunakan. Contoh hidangan penutup dingin meliputi es krim, *pudding*, *mousses*, pie buah, dan kue.

### b. Hidangan Penutup Panas (*Hot Dessert*)

Hidangan penutup panas disajikan dalam keadaan panas atau hangat. Sesuai namanya, hidangan ini harus dipanaskan sebelum disajikan. Penyajiannya harus tetap dalam keadaan panas, termasuk alat hidang yang juga harus dipanaskan. Beberapa contoh hidangan penutup panas adalah *banana flambé*, *soufflé*, *apple pie*, dan *bread pudding*.

## 8. Pengertian *Vegan*

Kata *vegan* berasal dari istilah *vegetarian*, yang diambil dari tiga huruf pertama 'veg' dan dua huruf terakhir 'an'. Di Indonesia, istilah ini dikenal sebagai nabati atau *plant-based*. Kata *vegetarian* pertama kali diperkenalkan di Inggris pada tahun 1842. Sementara itu, asal kata *vegetarian* bukan dari bahasa Inggris "*vegetable*," melainkan dari bahasa Latin, yaitu *vegetus* yang berarti hidup, semangat, atau segar. Asal-usul kata *vegetarian* ini menunjukkan bahwa menjadi *vegetarian* atau *vegan* lebih dari sekadar mengonsumsi sayur; ini adalah gaya hidup yang mengajarkan pola makan seimbang, sehingga kebutuhan gizi dan nutrisi tubuh tetap terpenuhi. Pada tahun 1847, organisasi *vegetarian* pertama di Inggris, yaitu *UK Vegetarian Society*, dibentuk. Seiring waktu, perkembangan teknologi, serta isu-isu etika, lingkungan, dan kesehatan, gaya hidup *vegetarian* kemudian berevolusi menjadi *vegan* (Indonesia Vegetarian Society, 2021)

*Vegan* adalah istilah yang merujuk pada seseorang yang mengikuti pola makan dan gaya hidup yang sepenuhnya bebas dari produk hewani. Ini berarti bahwa tidak mengonsumsi daging, ikan, unggas, produk susu, telur, atau produk-produk lain yang berasal dari hewan. Selain itu, banyak *vegan* juga menghindari makanan dan produk lain yang mungkin mengandung bahan hewani, seperti gelatin, madu, dan beberapa jenis pemanis (Sukmawati et al., 2021).

*Veganisme* sering kali didasarkan pada berbagai alasan, termasuk:

- a. Kesehatan: Banyak orang memilih diet *vegan* untuk meningkatkan kesehatan, mengurangi risiko penyakit tertentu, atau mencapai tujuan kebugaran.

- b. Lingkungan: Veganisme dianggap lebih ramah lingkungan, karena produksi makanan berbasis nabati umumnya menghasilkan emisi karbon yang lebih rendah dan menggunakan sumber daya alam yang lebih sedikit dibandingkan dengan produksi daging dan produk hewani.
- c. Kesejahteraan Hewan: Banyak *vegan* berpegang pada prinsip tidak ingin mendukung industri yang menyebabkan penderitaan pada hewan.
- d. Spiritual atau Etika: Beberapa orang mengadopsi gaya hidup *vegan* sebagai bagian dari keyakinan spiritual atau etika.

#### 9. *Vegan Desserts*

*Vegan desserts* adalah makanan penutup yang dibuat tanpa menggunakan bahan-bahan hewani, sehingga cocok untuk orang yang mengikuti diet *vegan*. Dalam *vegan desserts*, bahan-bahan seperti susu, telur, dan mentega digantikan dengan alternatif nabati. Misalnya, susu nabati seperti susu almond atau kedelai digunakan sebagai pengganti susu sapi, sedangkan bahan pengikat seperti pisang atau bubuk chia bisa menggantikan telur. Selain itu, banyak *vegan desserts* juga menggunakan bahan alami dan sehat, seperti buah-buahan, kacang-kacangan, dan biji-bijian (Silva et al., 2020).

Menurut Akalin (2024), *vegan desserts* biasanya memanfaatkan bahan nabati sebagai pengganti bahan hewani tersebut, sehingga tetap dapat memberikan rasa, tekstur, dan kepuasan yang serupa dengan makanan penutup konvensional, namun dengan dampak yang lebih kecil terhadap hewan dan lingkungan. Beberapa bahan umum yang digunakan dalam pembuatan *vegan desserts* meliputi:

- a. Pengganti susu: Susu nabati seperti susu *almond*, susu kedelai, susu kelapa, atau susu *oat* dapat menggantikan susu sapi.
- b. Pengganti telur: Untuk menggantikan telur dalam adonan, bahan seperti pisang tumbuk, apel yang dihaluskan, aquafaba (air rebusan kacang *chickpea*), atau pengganti telur komersial berbasis tanaman dapat digunakan.
- c. Pengganti mentega: Mentega nabati, minyak kelapa, atau margarin berbasis tumbuhan sering digunakan sebagai pengganti mentega dari susu sapi.
- d. Pemanis alami: Gula kelapa, sirup *maple*, atau *agave* sering digunakan sebagai pemanis pengganti gula rafinasi atau madu, yang biasanya berasal dari hewan.
- e. Bahan lainnya: Tepung gandum utuh, kacang-kacangan, buah-buahan, cokelat tanpa susu, dan berbagai bahan alami lainnya juga digunakan dalam pembuatan *vegan desserts*.

*Vegan desserts* tidak hanya ramah bagi orang yang mengikuti pola makan *vegan*, tetapi juga bisa menjadi pilihan yang lebih sehat bagi siapa saja yang ingin mengurangi konsumsi produk hewani atau mengurangi asupan lemak jenuh dan kolesterol. *Vegan desserts* juga seringkali lebih tinggi serat dan mengandung lebih banyak antioksidan. Secara keseluruhan, konsep *vegan desserts* berkaitan dengan prinsip untuk menghindari bahan-bahan yang berasal dari hewan, sekaligus menciptakan alternatif yang lezat dan lebih ramah lingkungan.