BAB 6

INDUSTRI PELAYANAN *FOOD & BEVERAGE*

Muhammad Syakib Asqalani Rifai, MM.Par.
Universitas 'Aisyiyah Bandung

Perkembangan Industri Food & Beverage

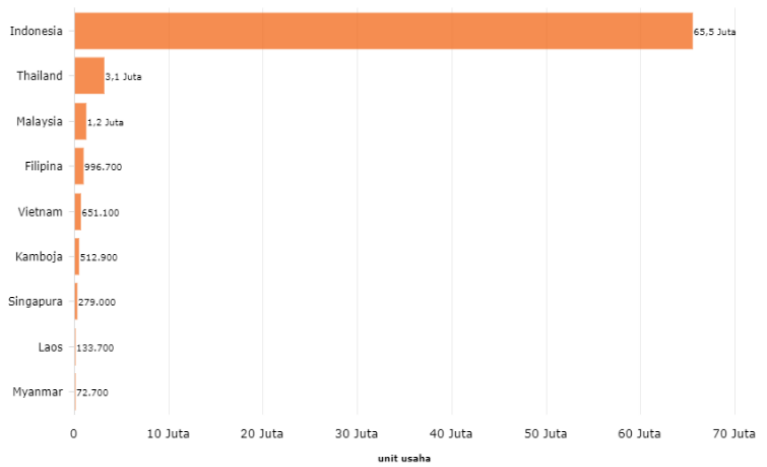
Industri pelayanan makanan dan minuman di Indonesia merupakan salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan yang cukup signifkan setiap tahun nya. Nevis (2022) dalam websitenya mengemukakan bahwa perusahaan pelayanan makanan dan minuman merupakan sebuah kestuan yang terintegrasi yang terlibat dalam pembuatan seluruh aspek proses makanan dan minuman, cara pengemasan, cara pengiriman bahan jadi atau mentah dan cara dalam menyajikan hingga sampai ke dinikmati oleh customer. Didalam klasifikasi sebuah perusahaan pelayanan makanan dan minuman diartikan sebagai sebuah titik baru bisnis yang menjadikan makanan dan minuman sebagai core bisnis utamanya, jenis didalamnya diantaranya restoran, kafetaria, kafe, kedai, makanan cepat saji, pub & bar , toko makanan, catering, kedai minuman dan lainnya. Perusahaan pelayanan minuman memiliki hal yang menarik dan memiliki nilai utama karena market di Indonesia yang sangat menjanjikan. Hal ini yang menjadi dasar percepatan setiap calon pengusaha dalam membuka gerai usaha dalam bidang makanan dan minuman, modernisasi ini menjadikan hal tersebut sangat menjanjikan jika dikelola dengan baik dan tepat.

Nevis (2022) dalam websitenya empat kuartal pada 2019 kesempatan memiliki usaha kemitraan (franchise) berkembang pesat pada setiap titik industri pelayanan makanan dan minuman (F&B), dengan produk-produk yang sedang tren saat seperti kedai kopi lokal, minuman kekinian Boba dengan banyak pilihan, Cheese tea dengan varian unik, dan Thai Tea dengan harga kemitraan yang sesuai budget. Seiring bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia, volume permintaan produk-produk makanan dan minuman terus meningkat. Brand lokal sebagai UMKM bertumbuh pesat dengan dukungan pemerintah, Brand luar negeri pun melakukan investasi besar-besaran di Indonesia. Tren kecintaan terhadap makanan Indonesia makanan dan minuman (F&B Service) siap saji berkembang dengan pesat menciptakan lini bisnis baru di bidang pelayanan makanan dan minuman (F&B Service). Oleh karena itu, seluruh kompetitor berlomba antar perusahaan dan para pelaku di industri pelayanan makanan dan minuman (Kecil, Menengah dan Besar) juga demikian lebih kuat. Dengan jumlah kompetitor yang semakin banyak dan ketat dalam persaingan, seluruh industri memperkuat fundamental industri dalam hal food & beverage untuk bersaing perusahaan sejenis lainnya.

Menurut ASEAN Investment Report (2022), Indonesia mempunyai sektor usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) terbesar di kawasan ASEAN. Menurut laporan tersebut, jumlah usaha kecil, menengah, dan mikro di Indonesia akan mencapai sekitar 65,46 juta pada tahun 2021. Seperti yang ditunjukkan grafik, angka ini jauh lebih tinggi daripada negara tetangga. Tercatat pada tahun 2021 usaha mikro kecil dan menengah Indonesia dapat memiliki nilai 97% keseluruhan dalam angkatan kerja, berkontribusi 60,3% terhadap produk domestik bruto

(PDB) dan berkontribusi 14,4% terhadap ekspor negara. Usaha kecil, menengah dan mikro Indonesia memiliki rasio angkatan kerja tertinggi di ASEAN. Di negara lainnya, UMKM hanya menyerap tenaga kerja sebesar 35%-85%. Saat ini pemerintah Indonesia sedang mendorong dan meningkatkan kinerja UMKM di tanah air, salah satunya melalui strategi digitalisasi pada seluruh industri pelayanan makanan dan minuman.

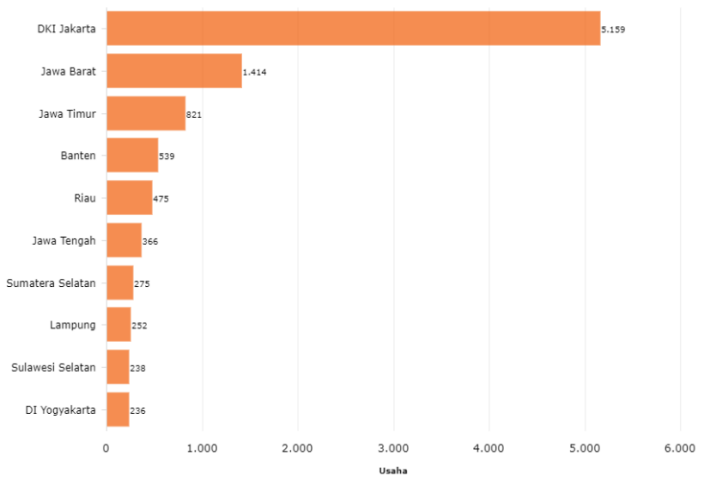
Gambar 6.1.
UMKM Terbanyak di ASEAN



Selain itu, perkembangan dalam sektor komersial (restoran, hotel dan retail makanan danm minuman) pada hari ini memiliki persyaratan yang sangat ketat kepada setiap pelaku nya untuk bereaksi cepat terhadap segala perubahan yang ada dalam sektor industri pelayanan food & beverage setiap tahunnya. Perusahaan-perusahaan juga harus mampu memenuhi permintaan yang tinggi di setiap lapisan masyarakat dengan keinginan yang kompleks. Dengan pertumbuhan permintaan makanan dan minuman yang dinamis, industri pelayanan

makanan dan minuman (F&B Service) di Indonesia merupakan sektor manufaktur yang memberikan peluang yang sangat positif. Industri pengolahan makanan Indonesia menawarkan potensi pasar yang signifikan bagi pemasok bahan makanan dan bahan baku skala nasional dan internasional serta penyedia solusi pengolahan nya.

Gambar 6.2.
Jumlah Usaha Penyedia Makanan & Minuman di Indonesia



Sumber : Databoks, 2022

Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan pada tahun 2020 DKI Jakarta memiliki 5.159 penyedia makanan dan minuman skala menengah dan besar. Angka tersebut merupakan yang tertinggi diantara provinsi lain di Indonesia. Terdapat 1.414 pendirian berbagai usaha penyedia makanan dan minuman di Jawa Barat. Sedangkan provinsi dengan usaha restoran yang paling sedikit adalah Sulawesi Barat. Pada tahun 2020, akan ada total 11.223 usaha penyedia makanan dan minuman di Indonesia. Angka tersebut meliputi 8.042 rumah makan/restoran, 269 usaha katering dan 2.912 usaha pemasok makanan dan minuman lainnya. Mayoritas atau 53,85% usaha

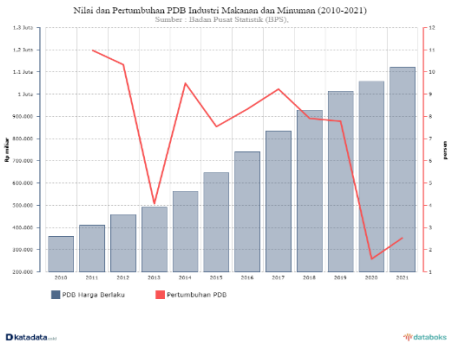
pemasok makanan dan minuman berada di pusat perbelanjaan. Selanjutnya 11,76% usaha pemasok makanan dan minuman berlokasi di kawasan industri, 8,11% di pusat kuliner dan 22,75% di lokasi lainnya.

Pelayanan Food & Beverage Pasca Pandemi Covid-19

Tahun 2020 menjadi garis awal virus Covid-19 telah masuk ke Indonesia. Virus ini telah berdampak negatif di sebagian besar negara-negara maju. Hal ini menyebabkan perubahan status disetiap negara menjadi sebuah pandemi. Pada kenyataan nya didalam situasi pandemi ini, seluruh pergerakan sosial atau keseharian pada masyarakat yang berkurang secara signifikan. Arahan setiap pemerintah daerah melahirkan kebijakan dalam pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pembatasan sosial (*Physical Distancing*). Di bidang pariwisata sendiri, BPS melaporkan jumlah wisman pada Maret 2020 turun 45,50% dibandingkan dengan Februari 2020. Perbandingan pada bulan Maret 2019, jumlah wisman turun 64,11%. Efek penurunan pendapatan yang dirasakan pada situasi pandemi ini bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang food and beverage service sangat bervariasi terlihat dari bentuk ukuran perusahaan (mikro, kecil, menengah, dan besar). Namun, lokasi usaha dan sektor usaha juga dapat mempengaruhi besar kecilnya penurun pendapatan. Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang akomodasi dan katering turun sebesar 92,47%. Jika ditarik kesimpulan bahwa pendapatan turun sebesar 82,25% yang secara umum berarti 8 dari setiap 10 entrepreneur mengalami penurunan pendapatan yang drastis.

Standard operasional prosedur dalam pelayanan makanan dan minuman dimasa pandemi Covid-19 menjadi suatu acuan dalam kegiatan segala bentuk pelayanan kepada konsumen berdasarkan situasi atau fenomena selama pandemi Covid-19 berlangsung. Model pelayanan ini merupakan upaya seluruh pelaku usaha untuk mencapai kepuasan pelayanan dan menjaga kesehatan para konsumen. Model pelayanan mengacu pada protokol kesehatan, aturan protokol kesehatan dan model pelayanan yang diterapkan pada masa pandemi Covid-19 dapat diikuti dengan beberapa cara. Peran dalam menjalankan masa perpindahan pasca pandemi Covid-19, melalui pmerintahan Kemenperin mendorong setiap sektor dan sub-sektor pelayanan makanan dan minuman (F&B Service) mempersiapkan diri dalam menghadapi permintaan tinggi yang konsumtif pada seluruh lapisan masyarakat yang diperkirakan akan berkembang setelah adanya pemberian vaksin ke satu dan ke dua. Sektor-sekor strategis ini menjadi ramalan yang positif pada tahun 2021, mengingat produk makanan dan minuman olahan matang maupun mentah sangat dibutuhkan masyarakat.

Gambar 6.3.
Nilai pertumbuhan PDB pada tahun 2021 industri pelayanan makanan dan minuman di Indonesia



Sumber : Databoks, 2021

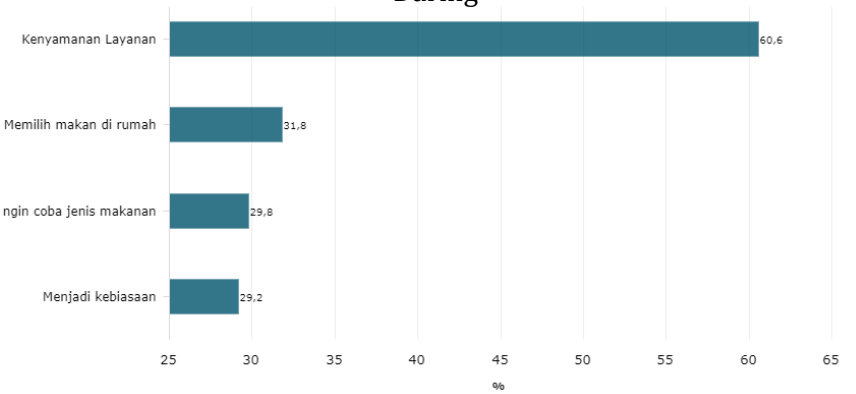
Industri makanan dan minuman merupakan salah satu dari sembilan subsektor pengolahan nonmigas yang diperkirakan tumbuh pada tahun 2021. Sedangkan delapan subsektor lainnya dari 17 industri mengalami kontraksi. Pertumbuhan PDB sektor katering tahun lalu sejalan dengan kenaikan belanja konsumsi masyarakat atas permintaan katering (tidak termasuk restoran) sebesar 1,44%. Diketahui, tahun lalu, industri pengolahan nonmigas meningkat 3,67% year-on-year. Demikian juga industri pengolahan (termasuk pengolahan migas) akan tumbuh sebesar 3,39% pada tahun 2021 dibandingkan tahun sebelumnya.

Dirjen Industri Agro Kemenperin Abdul Rochim mengemukakan bahwa “masyarakat sudah terbiasa mengonsumsi makanan dan minuman di resto, hotel maupun produk-produk UMKM lebih memilih untuk membungkus makanan atau memesan makanannya secara online,”. Pandemi yang telah berlangsung hampir dua tahun ini telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Konsumen yang terbiasa pergi berbelanja ke pasar, saat ini mengubah cara untuk mendapat kebutuhannya dengan lebih banyak memanfaatkan jasa pengiriman daring.

Grab bersama dengan Euromonitor International menerbitkan laporan bertajuk "*Food Delivery Industry Review Report 2021*". Temuan laporan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas (60,6%) alasan utama mengapa konsumen sering menggunakan layanan pesan antar penjual online adalah karena mereka menikmati kemudahan layanan yang ditawarkan. Selain alasan kenyamanan, 31,8% dari mereka yang disurvei memutuskan untuk lebih sering makan di rumah di kemudian hari. Alasan lain: 29,8% responden mengatakan

ingin mengeksplorasi dan mencoba jenis makanan baru di aplikasi layanan pesan antar, dan 29,2% responden mengatakan pesan antar belanjaan online sudah menjadi kebiasaan.

Gambar 6.4.
Alasan Utama Konsumen Gunakan Layanan Pengiriman Makanan via Daring

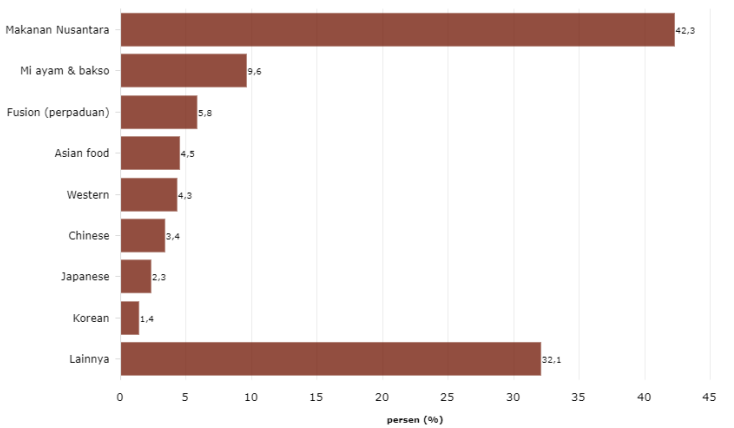


Sumber : Databoks, 2022

Konsep industri 4.0 dalam pemasaran yang sebelumnya dilakukan secara konvensional beralih menggunakan inovasi pemasaran online. Sedangkan, dalam bidang logistik dikenalkan dengan istilah *contactless logistic* atau sistem yang mengurangi interaksi antar manusia sehingga konsumen merasa aman. Pasca pandemi telah membuat teknologi dalam negeri semakin berkembang, para pengusaha UMKM dan Industri Pangan memperkenalkan percepatan modernisasi olahan baru beserta keanekaragaman produk-produk seperti *frozen food*, teknologi pengemasan lain yang membuat setiap produk lebih tahan lama dan awet dan olahan produk harian dalam(RTE) dapat dirasakan langsung dengan menggunakan jasa pengiriman.

Di saat Indonesia sedang mengalami resesi dan banyak UMKM yang kewalahan hingga menutup gerai nya, Perusahaan-perusahaan bidang jasa pengiriman bertaraf *unicorn* membuat banyak penawaran bagi masyarakat yang sedang melakukan PSBB dan Karantina. Grabfood, Gofood, hingga Shopeefood hadir melalui aplikasinya untuk menawarkan solusi baru bagi UMKM di bidang pelayanan makanan dan minuman. Artanti (2020) menjelaskan secara mekanisme dan perhitungan delivery Grabfood, Gofood, hingga Shopeefood mengalami peningkatan transaksi sebesar 20% selama pandemi Covid-19.

Gambar 6.5 .
Makanan Nusantara Jadi Kategori Terbanyak yang Dijual UMKM Indonesia pada 2022



Sumber : Databoks, 2022

Makanan Nusantara atau makanan daerah merupakan kategori makanan yang paling banyak dijual oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Rasio makanan tersebut memiliki nilai 42,3% dari perhitungan jumlah narasumber yang disurvei oleh ARC Institute. Di urutan kedua adalah aneka mi ayam dan bakso

sebesar 9,6%. Ketiga, kombinasi dengan makanan atau fusion, mendapat skor 5,8%. Di urutan keempat ada Asian food atau makanan Asia (India, Thailand, dan Timur Tengah) dengan skor 4,5%. Di urutan kelima ada western food atau makanan Barat dengan skor 4,3%.

Pengukuran perkembangan digitalisasi UMKM kuliner di Indonesia dengan menggunakan platform online food delivery (OFD) atau ojek online. Sedikitnya 1.937 pedagang yang mengikuti survei tersebut berlokasi di lima wilayah besar Indonesia, antara lain Jabodetabek, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung.

Pandemi Covid-19 telah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Dalam penjelasan oleh Jayani , diantara dimensi sosial yang ada saat ini memperlihatkan gaya hidup masyarakat Indonesia dalam hal konsumtif mengenai kuliner keseharian. Berdasarkan hasil studi perhitungan yang dilakukan oleh Perusahaan Nielsen, bahwa orang Indonesia memutuskan untuk membeli makanan siap saji secara online melalui aplikasi dalam angka 2,6 kali dalam seminggu, hal ini menunjukkan bahwa orang Indonesia banyak memesan pelayanan makanan dan minuman secara online. Kusumo (2019) mengemukakan bahwa Grabfood, Gofood, hingga Shopeefood merupakan layanan jasa pengantaran dan pemesanan makanan dan minuman di Indonesia berdasarkan banyak nya jumlah database masyarakat yang memiliki lebih dari dua aplikasi sejenis. Supriyatna (2020) menjelaskan dalam paparannya salah satu strategi Grabfood, Gofood, hingga Shopeefood untuk melakukan penjualan melalui aplikasi adalah sistem promosi untuk seluruh pelanggannya. Grabfood, Gofood, hingga Shopeefood juga memiliki penawaran yang

menarik dan spesial harian dari restoran tertentu yang tersedia setiap hari.

Jenis-Jenis Restoran Pelayanan *Food & Beverage* di Indonesia

1. Bistro

   Bistro merupakan restoran kecil yang menyajikan makanan dan minuman anggur (wine). Tempat ini sangat sederhana dengan harga dari setiap makanan dan minumannya sedang. Menunya terdiri hidangan yang sederhana dan mudah disiapkan dalam jumlah besar. Bistro ini menyajikan minuman kopi juga. Pelayanan dalam bentuk informal dan cepat. Bidtro ini mungkin tidak memiliki menu cetak disetiap meja nya.

2. Brassierie

   Brassierie ini adalah restoran dengan gaya formal, yang menyajikan minuman, hidangan utama (main course), dan menu makanan lainnya. Konsumen dapat hanya menikmati menu-menu minuman atau kopi saja. Restoran ini memberikan pelayanan profesional dan menyajikan menu yang dicetak yang akan diantarkan oleh setiap *waiter/waitress*. Para pelayan berseragam tradisional dengan celemek panjang dan rompi.

3. Coffee Shop

   Coffee Shop merupakan restoran yang terutama menyajikan makanan ringan (*Light Meal*) dan menu minuman beropreasi 24 jam sehari, sebagian besar hotel berbintang memiliki kedai kopi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan setiap saat sepanjang hari. Konsep kedai kopi ini berasal dari Amerika Serikat. Pelayanan dan suasana dari kedai kopi bersifat Formal dan sewaktu-waktu bisa informal. Karyawan bekerja dalam tiga shift.

Fokus utamanya adalah pada operasional 24 jam, layanan cepat, dan perputaran kursi yang tinggi. Resto ini mungkin dilisensikan untuk menyajikan anggur dan minuman beralkohol juga . Meskipun fitur utamanya adalah operasi 24 jam, beberapa kedai kopi mungkin tutup lebih awal, tergantung pada lokasi mereka. Hal tersebut akan lebih membuat pengeluaran kecil dari pada biaya yang dikeluarkan untuk operasional selama waktu tersebut.

4. Spesialty Restaurant

Restoran ini menyajikan hidangan spesial yang merupakan kekuatannya dan berkontribusi pada citra merek. citra merek. Restoran ini beroperasi selama jam makan siang dan makan malam, antara siang dan sore hari, Suasana dan dekorasi restoran mencerminkan tema khusus restoran. Restoran ini mungkin mengkhususkan diri pada jenis makanan tertentu seperti ikan dan keripik, pasta, atau steak, atau dalam jenis masakan tertentu, misalnya, India, Cina, Italia, Mediterania, dan dan seterusnya. Hidangan dari wilayah tertentu di suatu negara atau sekte tertentu juga disebut sebagai masakan etnis. Seragam staf layanan akan sesuai dengan tradisi daerah atau negara. Perlengkapan, desain pada peralatan makan dan kartu menu, musik, dan sebagainya, juga akan

juga akan menggambarkan wilayah tersebut. Staf pramusaji berseragam menyajikan makanan sesuai dengan tradisi.

Perputaran kursi pada jenis restoran ini rendah dan pendapatan rata-rata lebih banyak dibandingkan dengan kedai kopi. Sebagai contoh, Restoran Amaravathi di India selatan mengkhususkan diri pada masakan Andhra.

5. Fine Dining Restaurant

   Restoran semacam ini terutama melayani kebutuhan segmen pasar menengah keatas yang ingin merasakan pengalaman bersantap mewah. Restoran ini dapat menawarkan hidangan dari satu wilayah atau negara tertentu atau hidangan eksotis dari berbagai masakan, minuman anggur, minuman beralkohol, dan makanan pencuci mulut. Restoran ini biasanya buka pada waktu makan malam. Namun, restoran ini juga dapat beroperasi selama makan siang tergantung lokasinya. Suasana dan dekorasi restoran akan elegan dan kaya. Perabotannya terbuat dari kayu jati dengan pengerjaan yang baik. Kursi makan mungkin memiliki sandaran tangan. Semua meja akan dilapisi dengan linen berkualitas baik dan serbet dengan warna yang kontras atau warna yang sesuai dengan dekorasi.

6. Popular Restaurant

   Jenis restoran ini memiliki bentuk informal, namun dijaga secara higienis dan terletak di area sibuk seperti daerah-daerah dekat dengan halte bus, stasiun kereta api, area perbelanjaan, dan sebagainya, melayani kebutuhan kelas menengah dan pelanggan yang sedang terburu-buru. Restoran ini umumnya cukup besar dengan jumlah penutup yang lebih banyak. Restoran ini menyajikan hidangan yang sangat populer dan sangat diminati di daerah tersebut, dengan cepat, dan dengan harga yang terjangkau.

   Sistem Bawa pulang atau *take away* tersedia juga bagi para tamu untuk melakukan pemesanan.

7. Fast Food

   Restoran ini khas tergambar dengan kecepatan layanan dan harga yang terjangkau dari seluruh item menu. teknologi pengolahan makanan, pertumbuhan pasar, dan sebagainya, telah memberikan kontribusi terhadap keberhasilan operasional makanan cepat saji. Setiap negara atau wilayah dapat menyajikan makanannya sendiri. kelezatan dan pelayanan dalam makanan cepat saji outlet. Restoran ini terletak di area yang sangat sibuk diperkotaan.

8. Night Club

   Klub ini beroperasi pada malam hari dan menawarkan makan malam, dansa, dan hiburan live. Kabaret atau pertunjukan lainnya adalah daya tarik utama klub malam ini. Para pasangan dapat menari di lantai dansa. Lantai dansa diiringi musik yang dibawakan oleh band live atau musik rekaman. Para tamu diwajibkan mengenakan pakaian formal. Klub malam memungut biaya masuk. Makan malam dan minuman anggur disajikan di meja dan para tamu dapat makan malam mereka sambil menikmati pertunjukan. Namun di beberapa negara Night Klub tidak diizinkan beroprasional karna budaya atau agama setempat.

9. Ice Cream Parlour

   Tempat ini Menyajikan berbagai jenis es krim seperti sundae, coupe, bombe, cassata, dan dan seterusnya Es krim ini disimpan dalam wadah es krim dan disimpan dalam display berpendingin dengan kaca tembus pandang. Beberapa produsen atau pengusaha es krim telah memperkenalkan es krim bebas gula dan

bebas kolesterol saat ini. Modern ini sebuah gerai dapat diwaralabakan jika diberi wewenang untuk menjual barang atau mengoperasikan bisnis sesuai dengan arahan dari perusahaan induk.

10. Cafe

    Cafe adalah restoran asal Prancis, terutama menyajikan kopi dan makanan ringan (Light Meal). Perancis memperkenalkan Cafe dengan menyajikan makanan ringan bersama dengan kopi dan kue-kue manis. Banyak pemilik restoran di Indonesia menamai operasional mereka sebagai kafe bahkan sampai sekarang. Kafe-kafe ini menyajikan makanan ringan dan makanan khas seperti sandwich, burger, pizza, kue-kue, dan tren minuman saat ini . Para pelanggan dilayani di meja dengan mengikuti gaya Amerika, kafe ini merupakan bisnisyang memiliki perputaran kursi yang bagus setiap hari nya.

11. Food Court

    Food court mengacu pada sejumlah perkumpulan kedai makanan didalam sebuah lokasi, masing-masing menyajikan makanan dan minuman yang berbeda. Kasir tunggal menjadi ciri khas salah satunya, Pelanggan memesan makanan yang mereka ingin mereka miliki dan mengkonsumsinya di ruang makan bersama. Jenis hidangan yang ditawarkan mewakili masakan lokal dan hidangan yang populer secara global. Pujasera nama istilah lainnya di Indonesia menawarkan hidangan Nusantara, Melayu, hidangan khas Cina, kue-kue, roti lapis, salad, pizza, burger, Minuman Tren saat ini, es krim. Pujasera ini dapat ditemukan di komplek perbelanjaan besar, Pasar Modern, komplek hiburan,

taman hiburan, bandara, dan sebagainya di mana ada lalu lintas yang padat dengan orang-orang beraktifitas.

12. Kiosk

    Kiosk adalah bangunan kecil permanen atau sementara permanen atau sementara di trotoar tempat barang-barang seperti kopi, teh, cokelat, kue kering, makanan ringan, dan sebagainya. Barang-barang yang dibeli dapat dibawa pulang atau dikonsumsi di meja yang diatur di dekatnya. Sebagian besar kios tidak menyediakan tempat duduk.

13. Drive-in

    Di restoran drive-in, pelanggan masuk, memarkir kendaraan mereka di tempat parkir, dan tetap duduk di dalam kendaraan mereka. Para pelayan mendatangi pelanggan dengan membawa kartu menu, mengambil pesanan, dan mengantarkan makanan di atas nampan yang dirancang khusus dan pelanggan tetap mereka makan. Di Negara Indonesia Drive-in dapat ditemui pada pelayanan makanan dan minuman cepat saji.

14. Pub & Bar

    Tempat ini terutama menyajikan berbagai jenis bir, terutama bir draft, dan makanan ringan. Awalnya, mereka dimiliki oleh pabrik bir untuk menjual bir mereka. Di Indonesia Pub & Bar berada hanya di kota-kota besar dan di lokasi yang Wisata tertentu seperti Jakarta, Batam, Bali, Yogyakarta, Semarang dan kota lainnya. bar ini menawarkan semua jenis minuman beralkohol seperti wiski, rum, gin, vodka, brendi, tequila, anggur, dan bir. Hotel dan restoran memiliki area berlisensi terpisah untuk menjual minuman beralkohol. Makanan ringan juga ditawarkan.

Hotel juga dapat memiliki bar tambahan dalam sebuah pelayanannya. tambahan di area layanan/restoran untuk mengeluarkan anggur (wine), bir, dan minuman beralkohol selama layanan berlangsung.

15. Ghost Kitchen/ Cloud Kitchen

    Ghost Kitchen itu sendiri merupakan karya instalasi dapur virtual yang menghasilkan produk makanan dan minuman untuk diantar, masih belum berfungsi Ada dapur atau ruang makan. Konsep ini mendorong pelaku bisnis untuk berjualan produk melalui sistem distribusi online, jadi saat ini pelayanannya cepat dan nyaman karena saat ini banyak diminati banyak orang. Apa lagi dengan adanya pandemi COVID-19, perintah untuk tetap di rumah semakin banyak diterapkan dan Pelanggan mulai memesan lebih sering dari sebelumnya.

    Kehadiran konsep Ghost Kitchen kemudian memodernisasi operasional pemilik restoran dan pemilik waralaba dalam mempertahankan operasinya dan mengurangi hambatan ekspansi ukuran perusahaan. Biasanya konsep ghost kitchen yang hanya menjual brand saja, Restoran ini digunakan oleh selebriti karena audiens atau pasar yang besar mereka punya. Ini membuat pemasaran lebih cepat dan lebih efektif. Konsep pelayanan makanan dan minuman yang menawarkan banyak keunggulan ini melahirkan konsep virtual waralaba dalam perkembangan dunia bisnis Food & Beverage di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Artanti, A. ayu. (2020). Transaksi GoFood Naik 20% saat Pandemi. Medcom.Id.https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/eN406jwN-transaksi-gofood-naik-20-saat-pandem

Gisslen. W. (2011). Professinal Cooking 7th Edition. John Wiley & Sons, Inc.New Jersey

Kusumo, R. H. (2019). GoFood kuasai 75% Pangsa Pasar Indonesia. CNBC Indonesia.https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190923131149-37-101425/gofood-kuasai-75-pangsa-pasar-indonesia

Hendra, K. (2020). Ekonomi RI Babak Belur Dihantam Corona. DetikFinance.https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5193430/ekonomi-ri-babak-belur-dihantam-corona

Jayani, D. H. (2019). Pemesanan Makanan secara Online Makin Digemari.Databoks.https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/26/pemesanan-makanan-secara-online-makin-digemari

Mondal, D. (2023). What is F&B Service: Types of Food and Beverage Services.https://www.hotelmanagementtips.com/food-and-beverage-services/

Nevis. (2022). Perkembangan Bisnis Food And Beverage.https://nevis.co.id/perkembangan-bisnis-food-and beverage/#:~:text=Industri%20food%20and%20beverage%20adalah,dan%20minuman%20sebagai%20bisnis%20utamanya%20%2C

Rochim, A. (2021). Kementerian Perindutrian Republik Indonesia. kemenperin.go.id.Jakarta

Supriyatna, I. (2020). Promo GoFood, Ada Diskon hingga Rp 100.000.Kompas.Com.https://money.kompas.com/read/2020/10/07/163900426/promo-gofood-ada-diskon-hingga-rp-100.000Lifestyle, Service Quality, Promotion, Purchasing Decision290

Singaravelavan. R. (2016). Food and Beverage Service Second Edition. Oxford University Press. India

Tsar.(2023).Food and Beverages, Industri Penyajian Makanan dan Minuman untuk Pelanggan. https://store.sirclo.com/blog/food-and beverages/.www.tstar.com

Biodata Penulis
Muhammad Syakib Asqalani Rifai, MM.Par.

Penulis tertarik terhadap Ilmu Pelayanan Food & Beverage dimulai pada tahun 2007. Pendidikan penulis dimulai pada pendidikan Diploma 3 di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Pada Program Studi Manajemen Tata Boga tahun 2007 dan diselesaikan pada tahun 2011. Pendidikan Diploma 4 penulis di Politeknik Pariwisata NHI Bandung pada Pasca Sarjana Mengambil Konsentrasi Manajemen Perhotelan pada tahun 2016 dan diselesaikan pada tahun 2020. Pengalaman praktisi, penulis pernah bekerja ±3 tahun pada perusahaan internasional di Amerika dan pengalaman dalam bidang entrepreneur selama 15 tahun. Namun saat ini penulis memilih untuk fokus mengabdikan diri sebagai Dosen dan aktif mengajar di Perguruan Tinggi (Universitas 'Aisyiyah Bandung). Penulis memiliki kepakaran dibidang Seni Kuliner, Manajemen Kualitas Pelayanan, Sistem Informasi Manajemen dan Manajemen Bisnis. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: syakibrifai@gmail.com