

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Bandung adalah kota yang berada di wilayah Jawa Barat dan merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat. Yang terletak pada 107 derajat Bujur Timur dan 6,55 derajat Lintang Selatan. Kota Bandung sangat strategis dilihat dari berbagai aspek. Seperti komunikasi, perekonomian maupun keamanan, hal tersebut karena Kota Bandung terletak pada pertemuan poros antara jalan raya barat ke timur yang memudahkan hubungan dengan Jakarta sebagai Ibu Kota Negara (Rusnandar, 2010).

Kota Bandung merupakan salah satu *icon* wisata kuliner yang paling tersorot di Jawa Barat. Keanekaragaman makanan serta minuman di Bandung menjadi salah satu daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang berkunjung dan berwisata kuliner di Bandung. Sajian khas Kota Bandung yang selalu dicari oleh wisatawan yang datang ke Bandung dan selalu menjadi favorit yaitu batagor, mie kocok, kupat tahu, soto Bandung, es campur dan es cendol.

Menurut artikel yang dikutip dari ruber.id, Kota Bandung merupakan kota yang terkenal dengan kuliner yang lezat dan bervariasi. Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kota ini membuat bisnis makanan dan minuman menjadi peluang usaha yang menjanjikan.

Hal yang menjadi ketertarikan Kota Bandung yaitu salah satunya merupakan wisata kuliner yang ada di Kota Bandung. Beragam kuliner khas yang terkenal akan rasanya dapat ditemui di Kota Bandung diantaranya terdapat di beberapa tempat seperti :

1. Kawasan Dipatiukur

Dipatiukur menjadi salah satu kawasan yang bisa dijadikan tujuan wisata untuk merasakan berbagai macam kuliner khas Kota Bandung. Di sepanjang jalan Dipatiukur selalu ramai oleh para pedagang dan mahasiswa yang menghabiskan waktu malamnya dengan menikmati setiap sajian kuliner yang ada, Kawasan Dipatiukur sendiri terkenal dengan berbagai macam sajian kuliner seperti dimsum, *seafood*, sate, roti dan susu murni.

2. Lengkong Kecil

Terletak tidak jauh dari Alun Alun Kota Bandung. Tempat ini menjadi tempat favorit di kalangan wisatawan yang senang mencari kuliner khas. Tempat bernama Lengkong Kecil ini selalu ramai sejak mulai menjelang malam hari. Sisi kiri dan kanan jalan Lengkong Kecil dipenuhi oleh pedagang yang berjejer dengan menggunakan tenda tenda kecil. Ragam kuliner yang terdapat di Jalan Lengkong Kecil antara lain seperti makanan khas daerah Jawa Barat.

3. Sudirman *Street*

Sudirman *Street* merupakan sebuah area yang juga menjajakan berbagai macam sajian kuliner. Baik sajian khas Nusantara hingga sajian mancanegara. Dengan penataan yang rapih dan juga bersih, membuat Sudirman *Street*

memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjungnya. Selain dari 3 lokasi tersebut, berapa contoh usaha makanan yang sangat berkembang di Kota Bandung antara lain adalah café, restoran dan kedai kopi atau kedai teh.

4. Kawasan Jalan Pusdai

Kawasan Jalan Pusdai ini terletak diantara jalan Suci dan Jalan Diponegoro. Kawasan ini merupakan daerah yang dipenuhi oleh masyarakat yang menjual berbagai macam jenis kuliner. Kepadatan tersebut berdampak hingga ke daerah Muararajeun yang dimanfaatkan oleh banyak orang untuk menjadi jalan pintas menuju ke Kawasan Jalan Pusdai. Dikarenakan Kawasan tersebut tidak memiliki area parkir bagi para pengunjungnya. Sebagian warga memanfaatkannya dengan membuka jasa penitipan kendaraan bermotor di daerah Muararajeun, bagi pengunjung yang hendak berkunjung ke Kawasan Jalan Pusdai. Dan ada juga yang memanfaatkan keramaian tersebut dengan ikut berjualan produk makanan dan minuman seperti es kelapa, surabi, tahu goreng dan pisang goreng.

Kawasan Muararajeun, Kelurahan Cihaurgeulis, Kecamatan Cibeunying Kaler ini sebelumnya sempat dikenal sebagai Kampung Wisata Sablon. Dikarenakan banyaknya warga setempat memiliki usaha sablon yang berada di kediaman warga tersebut. Dimulai pada tahun 2000 warga setempat mulai mendirikan usaha sablon dikediamannya masing masing. Kawasan ini merupakan daerah yang sangat strategis dikarenakan dekat dengan pusat kota Bandung seperti Gasibu, Gedung Sate, Museum Geologi dan Monumen Perjuangan. Setelah ramainya Jalan Pusdai, Kawasan Muararajeun yang sebelumnya hanya dikenal dengan daerah yang terdapat banyak pengusaha konveksi. Mulai beralih menjadi

Kawasan kuliner karena dampak dari keramaian Kawasan Jalan Pusdai yang membuat kepadatan hingga ke daerah Muararajeun.

Kedai merupakan sebuah tempat tertutup yang di dalamnya terjadi satu kegiatan perdagangan dengan jenis benda, barang atau bahan pangan yang memiliki nilai tukar. Menurut Atmojo kedai adalah suatu tempat yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil (Atmojo, 2005).

Jenis kedai yang sering dijumpai di Kota Bandung terdapat yaitu kedai kopi, kedai teh, kedai jamu, kedai nasi. Yang membedakan jenis jenis kedai tersebut yaitu merupakan produk yang dijual oleh kedai tersebut.

Teh adalah sebuah minuman yang mengandung kafein yang di mana merupakan sebuah infusi yang dibuat dengan cara menyeduh daun, pucuk daun atau tangkai daun yang dikeringkan dari tanaman *Camelia Sinensis* dengan menggunakan air panas. Terdapat 4 jenis teh yang ada di Indonesia yaitu *Black Tea*, *Green Tea* dan *Oloong Tea* (Somantri & Tanti, 2013).

Tanaman teh masuk pertama kali ke Indonesia pada tahun 1684 yang berupa biji teh sinensis dari Jepang yang dibawa oleh seorang berkebangsaan Jerman bernama Andreas Cleyer yang setelah itu ditanam dan dijadikan sebagai tanaman hias di Batavia. Setelah berakhirnya pemerintahan Inggris di Nusantara, pemerintah Hindia Belanda pada saat itu mendirikan Kebun Raya Bogor sebagai kebun botani pada tahun 1817. Lalu pada tahun 1826 tanaman teh melengkapi koleksi Kebun Raya dengan diikuti pada tahun 1827 di Kebun Percobaan Cisarupan, Garut, Jawa Barat. Dan barulah dicoba penanaman teh dalam skala luas di daerah Wanayasa, Purwakarta dan lereng Gunung Raung, Banyuwangi. (Shariasih, 2016)

Menurut data yang penulis peroleh dari sebuah website <https://www.nibble.id/tea-house-bandung/> yang penulis akses pada tanggal 9 Januari 2023 pada pukul 09.00 wib. Baru terdapat 10 tempat yang benar benar menyajikan seduhan teh dengan berbagai macam varian dan rasa. 10 tempat tersebut diantaranya yaitu Teabumi, Teapotto, Haloka, *Bellamie Boulangerie*, *Thee Huis*, *Addictea House*, *Tong Tjie House Ciwalk*, *Baker Street*, *Dago Bakery*, Hayang Tea. (Handayani, 2022)

Selain terbuat dari tanaman *camelia sinensis*, minuman teh juga dapat terbuat dari kulit biji kopi atau yang lebih sering disebut dengan *cascara*. Yang merupakan termasuk ke dalam kategori minuman teh herbal yang dimana minuman tersebut terbuat dari kulit biji kopi kering, yang diseduh menggunakan air panas. Yang memiliki manfaat menurunkan kadar gula darah, membantu kesehatan saluran pencernaan, menghambat pertumbuhan sel kanker dan memelihara kesehatan jantung (Andrian, 2021)

Penulis telah melakukan analisa lingkungan dengan menggunakan metode kuisisioner dan terdapat 44 responden dengan hasil sebanyak 97,7 % masyarakat di daerah Muararajeun menyukai teh. Dan sebanyak 95,5 % masyarakat di daerah Muararajeun tertarik dengan Kedai yang menyajikan beragam menu olahan teh di Muararajeun. Dan terdapat 62,8 % masyarakat yang belum mengetahui bahwa kulit biji kopi/*cascara* dapat dijadikan minuman berkhasiat. Namun sebanyak 97,7 % masyarakat di daerah Muararajeun tertarik untuk mencoba minuman olahan teh dengan bahan baku kulit biji kopi/*cascara*.

Berdasarkan hasil analisa yang penulis lakukan. Menurut data yang ada mayoritas responden menyukai minuman teh. Dan cukup banyak yang belum mengetahui manfaat dari kulit biji kopi dan juga tertarik untuk mencoba minuman teh dengan bahan dasar dari kulit biji kopi.

Di daerah Muararajeun sendiri sudah terdapat usaha kuliner yang sudah sudah berkembang dan memiliki pelanggan tetap. Diantaranya adalah sebagai berikut.

Tabel 1
DATA USAHA MINUMAN

No.	Nama	Lokasi	Keunggulan
1	Dasamuka Coffee	Jl Muararajeun No 26, Cihaurgeulis, Cibeunying Kaler. Bandung. Jawa Barat	Brand sudah dikenali oleh masyarakat umum dan memiliki pelanggan tetap.
2	Warkop Si Abang	Jl Muararajeun Kaler no 1, Cihaurgeulis, Cibeunying Kaler. Bandung. Jawa Barat.	Harga produk yang dimiliki relatif terjangkau memiliki harga jual dibawah Rp 25.000.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Dari data data yang sudah penulis dapatkan. Penulis menyimpulkan bahwa di daerah Muararajeun, tepatnya di Jl Muararajeun No. 40 sangat layak untuk didirikan usaha kedai teh karena lokasi yang penulis tentukan merupakan daerah yang ramai pengunjung karena berdekatan dengan Kawasan Jalan Pusdai yang dimana merupakan kawasan dagang yang selalu ramai. Selain itu juga lokasi yang penulis tentukan sangat strategis karena berdekatan dengan Kampus Apikes dan

juga Hotel Mitra. Yang dimana dapat menarik perhatian utama untuk para mahasiswa/i dan juga pegawai kantoran sebagai tempat istirahat saat jam istirahat.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu penulis berencana untuk membuat perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEH ARTEMIS DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa, guna untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Hakim & Nilawati, 2020).

Berdasarkan pada penjelasan tersebut penulis menyimpulkan bahwa suatu bisnis akan dianggap berhasil jika sudah menghasilkan keuntungan serta bisnis tersebut dapat memberikan dampak yang cukup baik dalam meningkatkan penghasilan masyarakat setempat.

Kedai Teh Artemis merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa dan produksi minuman. Khususnya produk teh dengan menu utama yang memiliki bahan dasar kulit biji kopi. Rencana produk yang akan ditawarkan merupakan produk olahan dari kulit biji kopi yang di olah dengan metode penyeduhan air dingin yang didiamkan di dalam botol kaca selama 12 jam. Selain produk minuman dengan bahan dasar kulit biji kopi, rencana produk lainnya yang ditawarkan yaitu minuman campuran dari penggabungan

beberapa bahan yaitu daun teh hijau, bunga telang dan beberapa jenis sirup dengan rasa buah buahan.

Kedai teh yang penulis dirikan ini memiliki konsep yang memang dapat dinikmati oleh seluruh kalangan dan lapisan masyarakat. Baik dari anak sekolah, remaja, dewasa hingga kalangan masyarakat lanjut usia. Yang diharapkan Kedai Teh Artemis dapat menjadi wadah bagi para pengunjung untuk dapat menikmati waktu luangnya.

Dengan menyajikan menu unggulan dari Kedai Teh Artemis yaitu *Cascara Original*, *Cascara Lemon*, *Sweet Blue Tea*, *Lychee Blue Tea* dan *Lemon Blue Tea*. Diharapkan produk produk tersebut dapat membuat senang para pengunjung yang hadir. Dan juga dapat menjadi minuman khas yang hanya terdapat di Kedai Teh Artemis. Dengan kata lain menu yang ada di Kedai Teh Artemis tidak dapat ditemukan di tempat lain.

Lokasi dari Kedai Teh Artemis sendiri terletak di jalan Muararajeun No. 40, Supratman, Bandung. Dengan rencana jam operasional dimulai pada pukul 10.00 wib hingga pukul 22.00 wib. Konsep yang diusung oleh Kedai Teh Artemis sendiri adalah kedai yang memiliki desain yang sederhana namun nyaman. Seperti sedang berada di ruang tamu sebuah rumah. Sehingga setiap pengunjung yang datang dapat berinteraksi dengan rasa nyaman baik dengan teman temannya sendiri maupun dengan pengunjung lainnya dan juga dengan barista yang ada. Sehingga tidak merasa canggung walapun datang hanya seorang diri.

2. Deskripsi Logo dan Nama

“Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu logo type adalah elemen tulisan saja” (Rustan, 2009).

Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa logo merupakan suatu identitas yang tercipta dari sebuah pemikiran yang memiliki arti kata yang dihasilkan dari akal budi. Yang menjadikan sebuah identitas tersendiri.

Nama Artemis diambil dari nama Yunani yang merupakan nama seorang Dewi yaitu Dewi Artemis anak dari Dewa Zeus. Dewi Artemis merupakan seorang Dewi pelindung dari perasaan resah dan gundah bagi para manusia dan juga Dewi penjaga kaum wanita.

Dari filosofi tersebut, penulis selaku pendiri Kedai Teh Artemis memiliki harapan bahwa Kedai Teh Artemis ini dapat menjadi pelindung bagi para pengunjung yang datang dari seluruh perasaan penatnya dalam menjalani rutinitas sehari-hari. Dan juga dapat mengobati perasaan resah dan gelisah yang sedang dialami, serta meningkatkan kesehatan bagi para tamu.

Gambar 1

Logo Kedai Teh Artemis



Sumber : Olahan penulis, (2023)

Logo yang penulis buat terdiri dari 2 warna yaitu warna hitam dan warna putih. Warna hitam memiliki arti yaitu elegan dan putih merupakan kesucian dan kebaikan. Yang diharapkan bisnis Kedai Teh Artemis yang penulis buat dapat menghasilkan produk produk yang elegan dan memiliki manfaat baik bagi para penikmatnya. Dan logo gambar yang penulis buat memiliki gambar yang terdapat 2 gambar dalam 1 gambar. Yang apabila dibalik merupakan simbol dari kemarahan dan apabila di kembalikan ke posisi semula merupakan sebuah gambar yang mencerminkan wanita sedang tersenyum. Yang memiliki arti bahwa baik sedang dalam keadaan gundah gulana, resah tak menentu dan bahkan sedang dirundung duka dan amarah dengan datang ke Kedai Artemis dan menikmati menu menu yang disajikan maka niscaya suasana hati akan kembali ceria dan tersenyum seperti sedia kala.

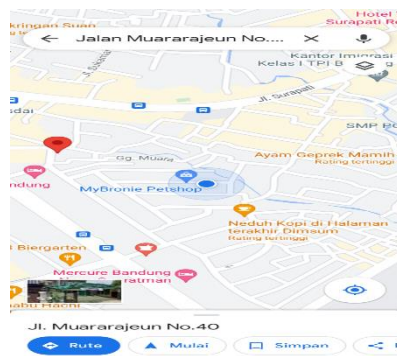
3. Identitas Bisnis

Rencana lokasi bisnis yang hendak dibuat oleh penulis yaitu terletak di Jalan Muararajeun no 40, Supratman, Bandung. Lokasi tersebut dipilih

karena bangunan merupakan milik pribadi sehingga tidak perlu lagi mencari bangunan lain dan tidak perlu mengeluarkan biaya sewa bangunan. Dan juga lokasi tersebut di pilih dikarenakan terletak dibelakang sebuah Universitas Apikes Bandung dan juga Hotel Mitra. Sehingga menurut penulis lokasi tersebut sangat strategis untuk dibuat tempat usaha yang bergerak dibidang minuman. Selain itu dapat juga menjadi tempat beristirahat bagi para mahasiswa Apikes dan juga tempat beristirahat bagi karyawan Hotel Mitra.

Gambar 2

Lokasi Perencanaan



Sumber : www.googlemaps.com (2023)



Sumber : Olahan Penulis (2023)

C. Visi dan Misi

Visi menurut Kotler yang dikutip oleh Nawawi, “Visi merupakan pernyataan tujuan suatu organisasi yang diekspresikan kedalam produk dan pelayanan yang ditawarkan, dan suatu kebutuhan yang dapat ditanggulangi oleh kelompok masyarakat yang dilayani, nilai – nilai yang diperoleh serta aspirasi dan cita – cita masa depan.” (Nawawi, 2000).

Sedangkan pengertian misi menurut Wheelen yang dikutip oleh Wibisono “Misi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan suatu tujuan atau alasan eksistensi dalam organisasi yang berisikan apa yang disediakan oleh perusahaan

kepada masyarakat baik berupa produk ataupun jasa.” (Wibisono, 2006).

1. Visi

Menjadi Kedai Teh dengan produk terbaik di daerah Kota Bandung.

2. Misi

a. Menawarkan produk dengan bahan baku yang berkualitas.

b. Menawarkan pelayanan yang terbaik kepada semua pengunjung.

c. Menawarkan produk dengan harga yang terjangkau bagi para pengunjung.

d. Melakukan promosi yang berbeda di setiap pergantian bulan.

D. SWOT Analysis

Dalam suatu perencanaan bisnis ada 4 hal yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis. 4 hal yang perlu di Analisa yaitu faktor kekuatan (*Strength*), faktor kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*). Untuk membuat strategi yang akan digunakan perusahaan atau organisasi analisa ini sangat diperlukan dengan pemikiran yang inovatif dan kreatif, hal ini untuk meningkatkan daya saing dalam pasar bisnis (Kotler & Amstrong, 2008) Dengan strategi analisa ini penulis berharap bisnisnya bisa berhasil mencapai tujuan. Berikut adalah Identifikasi dan Analisis SWOT dari perencanaan “Kedai Teh Artemis” di Muararajeun Kota Bandung :

1. Strength

a. Kedai Teh Artemis terletak di daerah ramai penduduk.

b. Memberikan fasilitas *wifi* gratis dan musik.

c. Kedai Teh yang menyajikan beragam menu olahan Teh.

2. *Weakness*

- a. Adanya gangguan seperti pungutan liar dari warga setempat.
- b. Terdapat pesaing serupa di daerah Muararajeun.

3. *Opportunities*

- a. Lokasi terletak dikawasan ramai penduduk.

4. *Threat*

- a. Merk dagang belum dikenali masyarakat secara luas.

Tabel 2**MATRIKS SWOT ANALYSIS**

	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
	<ul style="list-style-type: none"> -Kedai Teh Artemis terletak di daerah ramai penduduk. -Kedai Teh yang menyajikan beragam menu olahan Teh. 	<ul style="list-style-type: none"> -Adanya gangguan seperti pungutan liar dari warga setempat. -Terdapat pesaing serupa di daerah Muararajeun.
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>ANALISIS S-O</i>	<i>ANALISIS W-O</i>
<ul style="list-style-type: none"> -Lokasi terletak dikawasan ramai penduduk. 	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat tampilan kedai yang menarik agar pengunjung tertarik untuk datang. -Membuat <i>banner</i> bertuliskan nama brand 	<ul style="list-style-type: none"> -Memperkerjakan warga setempat menjadi karyawan. -Membuat produk unggulan dan promosi yang menarik.
<i>THREAT</i>	<i>ANALISIS S-T</i>	<i>ANALISIS S-O</i>
<ul style="list-style-type: none"> -Merk dagang belum dikenali masyarakat secara luas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat strategi promosi yang menarik agar banyak pengunjung yang tertarik untuk membeli produk. 	<ul style="list-style-type: none"> -Membuat produk dengan menggunakan <i>casara</i> sehingga masyarakat akan tertarik.



Sumber : Olahan penulis, (2023)

E. Spesifikasi Produk

Produk yang dijual di Kedai Teh Artemis merupakan produk yang dibuat dari bahan dasar kulit biji kopi, teh hijau, bunga telang. Dan juga tambahan sirup dengan

rasa buah sebagai tambahan pemanis. Berbeda dengan pesaing yang ada di daerah Muararajeun. Kedai Teh Artemis menyajikan sajian minuman teh yang tidak terdapat di tempat pesaing yang ada. Karena Kedai Teh Artemis menggunakan bahan bahan yang asli dan juga memiliki kualitas yang terjamin asli. Berikut merupakan produk produk yang terdapat di Kedai Teh Artemis

Tabel 3
SPEKIFIKASI PRODUK

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN
1	Cascara Original		Penyajian pada setiap minuman akan diberi label sesuai dengan rasa yang sesuai. Dan juga terdapat sticker yang berupa logo Kedai Teh Artemis.
2	Cascara Lemon		Penyajian pada setiap minuman akan diberi label sesuai dengan rasa yang sesuai. Dan juga terdapat sticker yang berupa logo Kedai Teh Artemis.
3	Sweet Blue Tea		Penyajian pada setiap minuman akan diberi label sesuai dengan rasa yang sesuai. Dan juga terdapat sticker yang berupa logo Kedai Teh Artemis.

Tabel 4 (LANJUTAN)
SPESIFIKASI PRODUK

4	Lychee Blue Tea		Penyajian pada setiap minuman akan diberi label sesuai dengan rasa yang sesuai. Dan juga terdapat sticker yang berupa logo Kedai Teh Artemis.
5	Lemon Blue Tea		Penyajian pada setiap minuman akan diberi label sesuai dengan rasa yang sesuai. Dan juga terdapat sticker yang berupa logo Kedai Teh Artemis.

Sumber : Olahan Penulis, (2023)

Gambar yang terdapat pada tabel di atas merupakan gambar yang penulis ambil sendiri. Dimana penulis akan menjadikan produk minuman di Kedai Teh Artemis seperti pada gambar di atas.

F. Jenis Badan Usaha

Saat merencanakan bisnis, pemilik bisnis harus memilih entitas bisnis yang akan digunakan. Agar pemilik bisnis mendapatkan perlindungan secara hukum dengan cara mendaftarkan bisnis yang dimiliki melalui pendaftaran pengusaha.

Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah :

Usaha yang dikelola oleh perorangan, rumah tangga, dan usaha dengan aset dan penjualan sampai dengan Rp 500 juta per tahun. Dengan kata lain, pendapatan yang dihasilkan oleh setiap pelaku usaha yang menjalankannya juga masih relatif kecil. Tak heran jika banyak UMKM yang menjalankan usahanya dari dalam rumah sendiri.

UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga jenis : usaha mikro, kecil, dan menengah.

1. Usaha mikro adalah jenis UMKM terkecil. Banyak juga orang yang menganggap jenis usaha ini sebagai usaha rumahan yang dijalankan oleh perorangan atau rumah tangga. Aset bangunan tidak termasuk dalam perhitungan bisnis di dalam usaha mikro. Usaha mikro hanya memiliki omset tahunan maksimal Rp 300 juta, berdasarkan pendapatan mereka. Aset perusahaan tidak termasuk tanah atau bangunan senilai lebih dari Rp 50 juta. Sistem administrasi keuangan yang kompleks belum diadopsi oleh para pelaku usaha.
2. Perusahaan kecil, yang lebih besar dari perusahaan mikro. UMKM khusus ini memiliki kisaran pendapatan Rp 300 juta sampai Rp 500 juta. Mereka harus mampu menjalankan bisnis yang cukup setiap tahun untuk mencapai Rp 2 miliar.
3. Usaha Menengah Mayoritas UMKM adalah usaha menengah. Walaupun bisnis yang termasuk dalam kategori bisnis menengah memiliki omset yang sangat tinggi, mereka tidak bisa dianggap sebagai perusahaan raksasa.

Mereka bisa menghasilkan omset tahunan diantara Rp 500 juta rupiah sampai dengan Rp 10 miliar.

G. Aspek Legalitas

Suatu perencanaan sebuah bisnis tentunya perlu mencamtukan aspek-aspek legalitas dalam bisnis tersebut. Dalam perencanaan bisnis yang akan penulis buat, karena bisnis yang akan dibuat ini adalah perseorangan maka penulis harus memperhatikan aspek Undang-undang yang dibutuhkan di dalam bisnis ini adalah, sebagai berikut :

- a. Undang Undang tentang Pelaku Usaha Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.
- b. Undang Undang tentang Merek / *Brand* diatur dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001. Dan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
- c. Undang Undang tentang fasilitas jaminan kesehatan dan keselamatan, dalam UU no. 13 tahun 2003.
- d. Undang Undang tentang waktu kerja dan cuti, dalam Undang Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 pasal 77.
- e. Undang Undang tentang waktu lembur diatur di dalam UU Ketenagakerjaan terkait hak dan kewajiban pengusaha menurut UU no. 13 tahun 2003.