

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BALAKANG

Bandung, ibu kota Jawa Barat, merupakan kota metropolitan terbesar ketiga di Indonesia, dengan luas 16.729,65 hektar (Bandung, n.d.). Terletak di tengah pegunungan, membuat iklimnya jauh lebih dingin dibandingkan daerah lain di Pulau Jawa, dengan suhu terendah 15,90 °C dan tertinggi 33 °C. Selain cuacanya yang lebih dingin, Bandung dikenal sebagai salah satu pusat pariwisata dengan arsitektur kota yang kuno dan makanannya yang terkenal lezat sehingga Kota Bandung memiliki peluang yang besar dalam bidang pariwisata, khususnya bidang Kue Kering & Kopi. Mengingat hal tersebut sangat cocok memilih memulai bisnis kedai kopi dan restoran di Kota Bandung.

Sektor Pariwisata memiliki peran penting dalam menghasilkan nilai tambah bagi perekonomian nasional. Selain menghasilkan nilai tambah, sektor pariwisata menjadi salah satu penyumbang terbanyak dalam pembuatan lapangan pekerjaan. Pada tahun 2021, dari 100 orang yang bekerja terdapat sekitar 16 orang bekerja pada sektor pariwisata atau penyumbang 16,22% dalam Angkatan kerja nasional (Sumber: Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kemenparekraf, 2021). Dengan demikian, sektor pariwisata merupakan sektor yang penting dalam memumpuni kebutuhan peningkatan nilai tambah perekonomian nasional. Seiring dengan itu pula Pemerintah Provinsi Jawa Barat memfokuskan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan.

Dengan terjadinya pandemi Covid-19 sektor pariwisata secara jelas terjadi penurunan. Namun seiring dengan peningkatan infrastruktur yang menuju Smart

City, perkembangan kepariwisataan di kota Bandung juga terus mengalami peningkatan walaupun belum sebanyak tahun 2019 sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Sampai dengan penulisan tugas akhir ini, data yang dapat terekapitulasi pada jumlah wisatawan nasional dari tahun 2019-2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Rekapitulasi jumlah kunjungan wisatawan tahun 2019-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bandung
2019	8.175,221
2020	3.214,390
2021	3.704,263

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Bandung, 2022

Pertumbuhan pariwisata di Kota Bandung juga diidentifikasi dengan terjadinya peningkatan pada jumlah industri pariwisata di bidang jasa penyedia makanan dan minuman. Pada tahun 2021, sebanyak 791 unit usaha telah terdata di Dinas pariwisata Kota Bandung yang sebelumnya terjadi penurunan di tahun 2020 sebanyak 529 unit usaha dikarenakan pandemi Covid-19 (sumber: Data Rekapitulasi di Open Data JabarProv, Dinas Pariwisata Kota Bandung, 2022). Banyaknya wisatawan yang terus meningkat di Kota Bandung tentunya berbanding terbalik dengan jumlah unit usaha pada penyediaan makanan dan minuman yang tersedia. Oleh karena itu, akan sangat cocok memilih memulai bisnis Kedai Kopi dan warung di Kota Bandung.

Bisnis adalah aktivitas manusia yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan menciptakan, mengemas, dan mengirimkan produk atau jasa yang bernilai bagi pelanggan (Philippe Kotler). Dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan semua kegiatan yang bertujuan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan Masyarakat yang dilakukan oleh organisasi maupun Perusahaan/industry untuk mendapatkan keuntungan dari produk berupa barang ataupun jasa.

Warung memiliki akar dalam praktik perdagangan tradisional di berbagai budaya dan peradaban. Seiring dengan perkembangan masyarakat agraris, manusia mulai berdagang dan menukar barang-barang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Warung mungkin mulai muncul sebagai tempat-tempat kecil di mana pedagang atau penjual menjual barang-barang seperti bahan pangan, rempah-rempah, dan barang-barang pokok kepada masyarakat lokal. Warung selain berfungsi sebagai tempat untuk berdagang, juga memiliki peran sosial yang penting. Mereka sering menjadi titik pertemuan komunitas di mana orang bisa berkumpul, berbicara, dan bertukar informasi. Warung menjadi tempat di mana orang dapat berinteraksi dengan sesama anggota masyarakat dan membangun hubungan sosial.

Untuk menciptakan peluang usaha yang efektif di bidang penyedia jasa makanan dan minuman, diperlukan analisa terhadap kebiasaan masyarakat di Kota Bandung. Target demografi pelanggan makanan dan minuman di Bandung cenderung lebih banyak anak muda, dewasa, hingga lansia dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Karena mayoritas dari mereka adalah mahasiswa dan pekerja, maka anggaran mereka berkisar antara Rp 20.000,00 sampai dengan Rp 25.000,00. Motivasi konsumen dalam kelompok usia ini juga berkaitan dengan usia

mereka yang cenderung mengunjungi kedai kopi untuk berkumpul dan mengerjakan tugas, atau proyek mereka.

Disisi lain, orang-orang dalam lingkup tersebut menunjukkan kebiasaan seperti bangun pagi dan tetap aktif sepanjang hari. Dengan mengingat hal itu, memiliki fasilitas yang dirancang untuk melayani individu yang energik dengan tempat yang tenang untuk sekedar mengalihkan pikiran atau menghilangkan stress yang mereka alami dengan jangkauan harga yang relatif tidak mahal merupakan hal yang paling menarik bagi pasar ini sendiri. Namun, jasa penyedia makanan dan minuman di Kota Bandung cenderung lebih menetapkan target untuk masyarakat menengah keatas yang akhirnya terdapat kesenjangan pada jasa penyedia makanan dan minuman di kalangan menengah kebawah, dengan lingkungan kedai kopi dan restoran yang mempunyai standar menengah keatas.

Berdasarkan data dari Statistik Kopi Indonesia tahun 2020 (Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat), Jawa Barat menempati urutan nomor 8 untuk angka produktivitas kopi nasional. Jawa Barat juga menjadi salah satu wilayah di sepanjang Pulau Jawa yang menjadi daerah dengan angka produktivitas kopi yang terbilang tinggi, yaitu 786 kg/ha. Secara terminologi produktivitas adalah kemampuan untuk menghasilkan barang atau jasa semaksimal mungkin dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data dari Dinas Perkebunan Provinsi Jawa Barat pada tahun 2021 (Sumber: Open Data Jabar), dimana hasil produksi kopi di Kota Bandung, Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut, dan Kabupaten Bogor menjadi wilayah dengan hasil produksi kopi terbanyak sebesar 7.772 ton, 4.639 ton, dan 3.654 ton di tahun 2021.

Terdapat 3 jenis perkebunan tahunan komoditi kopi di Jawa Barat yaitu, Perkebunan Besar Negara, Perkebunan Besar Swasta, dan Perkebunan Besar Rakyat dengan 3 wilayah yang menempati produksi kopi terbesar yaitu Kabupaten Bandung dengan luas wilayah 13.254 Ha, Kabupaten Garut dengan luas wilayah 6.267 Ha, dan Kabupaten Bogor dengan luas wilayah 6.140 Ha (Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat).

Melihat adanya peningkatan konsumsi yang terjadi di kelompok makanan kue kering dan kue basah dapat dilihat dari adanya peluang usaha yang dapat di inkorporasi dengan pesedian kopi yang melimpah di Kota Bandung. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kedai kopi yang mampu mengakomodir kebiasaan masyarakat di kota Bandung untuk menengah kebawah yang mempunyai standar menengah keatas. Dengan berdirinya WARCIS yang mengedepankan standar tersebut dan bersifat terjangkau, diharapkan untuk dapat meminimalisir kesenjangan yang terjadi lingkungan jasa penyedia makanan dan minuman di Kota Bandung.

Untuk penggunaan nama dalam usaha yang dipilih penulis yaitu WARCIS diambil dari singkatan kata Warung Cikaso. Nama ini disesuaikan dengan daerah dimana usaha ini didirikan, tepatnya yaitu di Jalan Cikaso No.86, Bandung.

Pemilihan tempat di Jalan Cikaso, dikarenakan penulis melihat peluang yang sangat besar untuk membuka bisnis

makanan dan minuman di daerah Jalan Cikaso. Belum adanya tempat untuk hiburan dan bersantai di sekitar Jalan Cikaso menjadi alasan utama mengapa penulis memilih tempat ini sebagai tempat untuk memulai bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut dalam penulisan tugas akhir ini, penulis akan membuat *Business plan* dengan judul” **PERENCANAAN BISNIS WARUNG KOPI DAN KUE WARCIS DI KOTA BANDUNG**”.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

Tabel 1.2
Business Model Canva (BMC)

<p>Key Partnerships Model Strategic alliances between non competitors</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Supplier</i> biji kopi (robusta, arabika, liberika, dan ekselsa). - <i>Supplier</i> bahan kue kering. - <i>Supplier</i> packaging (Gelas plastik, piring plastic, dan alat makan plastik dll). <p>Motivation Optimization and economy Bekerja sama dengan supplier dalam bentuk bahan baku ataupun produk dimana hasil dibagi dengan sistem presentase.</p>	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat dan mengembangkan produk kopi dan kue kering yang berkualitas tinggi secara konsisten. - Memberikan pengalaman yang lebih efisien bagi konsumen dengan menyediakan sistem pemesanan mandiri. <p>Key Resources Physical Asset Warung, tempat makan dan duduk, Perlengkapan & Peralatan makan. Intellectual <i>Brand, SOP, Design.</i> Human <i>Staff</i> Financial Modal Pribadi dan kerjasama investor.</p>	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produk yang ditawarkan kepada pembeli bersumber dari pemasok lokal yang berkualitas. - Memiliki harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat. - Menyediakan fasilitas yang memumpuni bagi semua kegiatan konsumen (wifi dan stop kontak disetiap meja) 	<p>Customer Relationships Personal Assistance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konsumen dapat berinteraksi dengan customer service ex. Pekerja Warung Kopi untuk mendapatkan bantuan selama proses pembelian produk atau setelah pembelian produk. <p>Channels Awareness: Instagram, Facebook, Twitter, TikTok. Evaluation: <i>Direct evaluation</i> dan sosial media complain. Purchase: Offline dan Online. After Sales: Whatsapp dan sosial media.</p>	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelajar. - Mahasiswa. - Pekerja Kantoran. - Masyarakat Sekitar.
<p>Cost Structure Fixed cost: Lahan dan Bangunan, gaji karyawan, pajak, peralatan. Variable Cost: Gas, air, listrik, outsourcing.</p>		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aliran pendapatan dari penjualan kopi dan kue kering. - Penjualan biji kopi 		

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan didirikan berupa bisnis warung yang diberi nama “WARCIS” yang mengusung konsep *Semi-Outdoor Naked*. Konsep ini adalah dimana tempat itu memiliki sebagian ruangan yang mempunyai atap dan sebagian lainnya tidak. Sedangkan konsep *Naked* merupakan konsep Sederhana untuk Warung Kopi dimana Bar (*Barrier*) ini berada tepat ditengah-tengah dan menjadi sorotan sehingga para pengunjung bisa melihat semua pekerjaan dan penampilan Barista dan Bartender tanpa ada yang ditutupi.

Lokasi tepat usaha ini didirikan yaitu di daerah Jalan Cikaso. Jalan Cikaso di Bandung merupakan sebuah jalan yang terletak di daerah perkotaan yang ramai. Jalan ini memiliki panjang yang cukup dan melintasi berbagai wilayah di Bandung. Jalan Cikaso sangat penting karena menghubungkan beberapa area yang signifikan dan menjadi akses utama bagi penduduk setempat.

Jalan Cikaso memiliki dua jalur untuk lalu lintas kendaraan yang berlawanan arah, dengan trotoar di kedua sisi untuk memudahkan pejalan kaki. Di sepanjang jalan ini terdapat berbagai bangunan komersial seperti toko, restoran, dan kantor.

Lingkungan sekitar Jalan Cikaso sangat aktif dengan kegiatan masyarakat yang sibuk. Terdapat juga fasilitas umum seperti tempat parkir, halte bus, dan tempat makan yang tersedia bagi pengunjung. Walaupun terkadang Jalan Cikaso mengalami kemacetan, terutama pada jam sibuk, pemerintah dan otoritas terkait terus berupaya meningkatkan sistem transportasi dan mengatur lalu lintas untuk mengurangi kemacetan.

Secara keseluruhan, Jalan Cikaso merupakan jalan penting di Bandung yang menghubungkan berbagai area dan memainkan peran vital dalam mobilitas penduduk dan kegiatan komersial di sekitar daerah tersebut.

Menu kopi yang akan tersedia diantaranya adalah manual brew (Robusta, Arabika, Liberika, Ekselsa) dengan metode Tubruk, V60, Japanese, Chemex, dan Aeropress yang bisa dipesan sesuai permintaan tamu, Espresso single/double (Robusta, Arabika, Liberika, Ekselsa), Vietnam Drip (Robusta, Arabika), Americano (Robusta, Arabika), Caffe Latte (Robusta, Arabika), Cappuccino (Robusta, Arabika), Flat White (Robusta, Arabika), Mochaccino

(Robusta, Arabika), Flavoured Latte (Caramel, Hazelnut, Matcha, Vanilla), Choco Latte, dan Affogato.

Sedangkan untuk kue kering yang disajikan diantaranya adalah kastengel, nastar, coklat, sugu keju, putri salju, dan jenis kue kering lainnya yang menggunakan konsep *live* baking agar menciptakan aroma yang menarik pengunjung untuk datang.

2. Deskripsi Logo dan Nama Usaha

Sebagai pelaku usaha, hal pertama yang harus diperhatikan adalah identitas usaha, karena hal tersebut membuat konsumen mengetahui usaha tersebut. Logo adalah langkah pertama dalam mengonfigurasi identitas untuk bisnis. Pentingnya sebuah logo adalah untuk menandakan sebuah merek yang unik bagi bisnis tersebut sehingga lebih mudah membedakannya dari pesaing lain di bidang yang sama.

Gambar 1.1 Logo Usaha



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Logo WARCIS menampilkan tulisan “WARCIS” sebagai judul utama bisnis ini dan menampilkan gambar secangkir kopi dan kue kering yang menjadi santapan utama dalam bisnis ini. Pemilihan warna putih sebagai latar belakang logo tersebut memiliki makna simple dan elegan yang di identik dengan pelayanan WARCIS yang berfokus pada penyajian produk dan pengalaman berkualitas tinggi.

Sedangkan dalam hal nama Warcis diambil dari singkatan kata Warung Cikaso. Nama ini disesuaikan dengan daerah dimana usaha ini didirikan, tepatnya yaitu di Jalan Cikaso No.86, Bandung. Pemilihan tempat di Jalan Cikaso, dikarenakan penulis melihat peluang yang sangat besar untuk membuka bisnis makanan dan minuman di daerah Jalan Cikaso. Belum adanya tempat untuk hi-buran dan bersantai di sekitar Jalan Cikaso menjadi alasan utama mengapa penulis memilih tempat ini sebagai tempat untuk memulai bisnis.

3. Identitas Bisnis

Untuk membawa kesadaran akan identitas bisnis, selain logo, ada beberapa aspek dan metode yang dapat membantu dalam membangun identitas bisnis tersebut. Maka dari itu, penulis memilih untuk membangun Brand Awareness secara online maupun offline, usaha tersebut dibuktikan dengan adanya kontak dan alamat usaha. Kontak tersebut bisa berupa sosial media seperti Whatsapp dan Instagram Untuk memudahkan calon pembeli atau pelanggan dalam mencari informasi mengenai bisnis ini, berikut beberapa akun media sosial dari WARCIS:

Whatsapp : 081395231839

Instagram : warciscoffeebakery

Selain memiliki platform online untuk berbagi brand awareness dengan konsumen, penting juga bagi konsumen untuk mengetahui informasi lengkap mengenai alamat kedai kopi WARCIS tersebut mengingat bahwa bisnis ini bertumpu pada interaksi fisik. Maka dari itu, penulis telah memilih lokasi kedai kopi WARCIS yang bertepatan Jalan Cikaso no. 84 Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying Kidul, Bandung 14044.

Gambar 1.2 Peta Lokasi



Sumber: Google Maps, 2023.

Gambar 1.3 Lokasi Bisnis



Sumber: Google Maps, 2023.

Pemilihan lokasi sangat penting untuk mengoptimalkan potensi keuntungan dari bisnis atau badan usaha. Oleh karena itu penulis memilih tempat tersebut untuk mendirikan bisnis Warung Kopi dan Kue WARCIS. Berada di dekat jalan utama Jalan Supratman yang dikenal sebagai salah satu jalan tersibuk di kota

Bandung, faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi adalah dimana WARCIS dikelilingi oleh sekolah, kampus, dan perkantoran, yang menjadi nilai tambah bagi kedai kopi WARCIS dengan memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk bersantai di waktu istirahat atau sekedar berkumpul setelah jam kerja.

Lokasi Bisnis yang saya ambil tepatnya berada di Jalan Cikaso No. 84, RT 01, RW 03, Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Cibeunying Kidul, Kota Bandung. Tempat yang saya ambil memiliki status milik Pribadi (Orang Tua), Namun untuk membuat bisnis ini lebih teratur, saya akan menyewa tempat ini dengan harga yang sama dengan harga sewa tempat ini per tahun, yaitu Rp 25.000.000 per tahun. Pada saat sekarang ini tempat sedang disewakan kepada posyandu untuk keperluan masyarakat di sekitar Jalan Cikaso.

C. VISI dan MISI

Dalam setiap bentuk interaksi bisnis atau ekonomi, baik dalam hal menjual produk atau jasa, landasan dari semua itu terletak pada visi dan misi bisnis itu sendiri. Memiliki visi dan misi membantu pemilik bisnis memahami arah yang ingin mereka ambil baik secara internal dengan karyawan maupun secara eksternal dengan konsumen. Mengingat bahwa memiliki visi yang baik dapat membantu rencana bisnis jangka panjang dan misi yang jelas dapat membantu mencapai tujuan dalam kerangka pendirian bisnis. Adapun hal lain yang dianggap penting dalam memiliki visi dan misi dalam pendirian sebuah bisnis adalah bagaimana orang-orang saat ini tertarik untuk terhubung dengan tujuan yang menjadi landasan utama bisnis. Hal ini tentunya memberikan daya tarik bagi konsumen untuk datang dan menjadi pelanggan setia bisnis.

A) Visi

Visi yang ditanamkan pada WARCIS adalah menjadi kedai kopi yang menawarkan seduhan kopi dan kue kering yang berkualitas dan menyediakan tempat yang nyaman serta dapat memuaskan selera konsumen.

B) Misi

Misi dari bisnis Warung Kopi dan Kue WARCIS adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kualitas kopi dengan konsistensi dari rasa kopi yang menjadi daya tarik konsumen.
2. Dapat menawarkan tempat yang nyaman kepada konsumen dalam menikmati kopi.
3. Menyediakan kue kering dengan bahan baku standar tinggi dengan harga jual yang relatif rendah.

D. SWOT ANALYSIS

Selain menciptakan identitas perusahaan untuk mengembangkan merek, terdapat elemen tambahan yang perlu dipertimbangkan saat memulai bisnis baru atau mengembangkan bisnis yang sudah ada. Hal ini melibatkan analisa dari berbagai elemen, seperti target pasar dan segala jenis celah yang mungkin terjadi saat perusahaan mulai beroperasi. Untuk mengurangi hilangnya kredibilitas dan keuntungan, salah satu cara untuk menganalisisnya adalah dengan menggunakan metode SWOT yang umum digunakan dalam pemasaran.

Untuk membuka bisnis warung kopi dan kue kering, Jalan Cikaso dapat menjadi lokasi yang menguntungkan karena di Jalan Cikaso ini belum terdapat tempat untuk bersantai bagi para warganya. Para warga di Jalan Cikaso lebih

memilih untuk diam di pinggir jalan hingga larut malam yang membuat stigma negative bagi para pemakai jalan yang akan melewati Jalan Cikaso pada malam hari. Maka dari itu penulis melihat peluang yang cukup terbuka lebar untuk membuat tempat berkumpul yang lebih nyaman bagi para warga di Jalan Cikaso dan membuat pengendara yang melalui Jalan Cikaso pada malam hari merasa tenang dan tidak harus takut untuk melewati Jalan Cikaso.

Metode SWOT terbagi menjadi empat hal. yang juga berasal dari singkatannya yaitu Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), dan Threats (Ancaman). Semua hal ini akan membantu memastikan bisnis untuk mengetahui poin baik dan poin buruknya, serta menyadari potensi rintangan di sepanjang bisnis ini berjalan.

a. Strength (Kekuatan)

- 1) Lokasi yang diposisikan secara strategis di jantung kota Bandung dimana dikelilingi oleh universitas dan Perusahaan.
- 2) Produk yang ditawarkan kepada konsumen bersumber dari pemasok lokal yang berkualitas.
- 3) Menjual Kopi dan Kue Kering yang mengutamakan cita rasa dan kualitas produk.
- 4) Harga yang terjangkau bagi kosumen dari kalangan pelajar dan pekerja.
- 5) Menyediakan fasilitas yang memumpuni bagi semua kegiata kosumen seperti tersedianya wifi dan stop kotal disetiap meja
- 6) Menyediakan aplikasi di mana pelanggan yang datang ke WARCIS dapat memesan dari meja mereka dan bahkan membayar dengan pembayaran online seperti QRIS, OVO, Dana, dan GoPay

b. Weakness (Kelemahan)

- 1) Lokasinya yang spesifik bertepatan di kompleks perumahan yang tidak bersebelahan dengan jalan utama.
- 2) Kurangnya lahan parkir bagi pengendara mobil.

c. Opportunity (Peluang).

- 1) Banyaknya konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap teknologi.
- 2) Berkembang pesatnya media online seperti Grab dan Gojek yang dapat membantu meningkatkan pengenalan merek dan produk
- 3) Bahan baku yang bersumber dari pemasok lokal dimana akan mempermudah dalam proses produksi.
- 4) Sedikitnya yang menjual produk kopi dan kue kering dengan kualitas tinggi di lokasi bisnis.

d. Threats (Ancaman).

- 1) Kenaikan harga bahan baku dan kemasan.
- 2) Berkembangnya berbagai macam café dan restoran yang disekitar lokasi bisnis.
- 3) Banyaknya restoran dan café yang mengusung tema yang sama.
- 4) Munculnya warung dengan konsep serupa namun dengan harga yang lebih terjangkau.


E. SPESIFIKASI PRODUK DAN JASA




Saat menjalankan bisnis, memiliki deskripsi yang jelas tentang produk yang Anda tawarkan adalah salah satu hal terpenting yang harus dimiliki baik untuk penggunaan internal maupun eksternal. Terdapat 11 produk kopi dan 6 jenis kue kering yang ditawarkan dalam bisnis warung ini, yaitu untuk produk kopi terdapat



Manual Brew, Espresso, Vietnam Drip, Americano, Caffe Latte, Cappuccino, Flat White, Mochachino, Flavored Latte, Affogato, dan Choco Latte. Sedangkan produk kue kering yang tersedia yaitu Nastar, Kastangel, Putri Salju, Sagu Keju, Kue Coklat, dan Kue Kacang. Dengan demikian, penulis membuat spesifikasi produk dari WARCIS sebagai berikut:



Tabel 1.3



Spesifikasi Produk Kopi



NO	SPESIFIKASI	PRODUK
		MANUAL BREW
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 90 derajat
2.	Rasa	Perpaduan rasa <i>Bitter dan Sweet</i> dari biji kopi <i>arabica</i> .
3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p>



		
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 20.000
ESPRESSO		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat
2.	Rasa	Rasa <i>Bitter</i> dari biji kopi <i>arabica</i> .
3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan <i>shot glass</i> 45 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat sangat pekat
5.	Harga	Rp 10.000



VIETNAM DRIP		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu kental manis
2.	Rasa	Perpaduan rasa <i>Bitter dan Sweet</i> dari biji kopi <i>arabica</i> .
3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass 250 ml</i></p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> <div style="text-align: center;">  </div>
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 20.000
AMERICANO		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat



2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>bitter dan sweet</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan susu kental manis.
3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 20.000
CAFFE LATTE		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu sapi segar
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>bitter dan Creamy</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan susu sapi segar.



3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000
CAPPUCCINO		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu sapi segar
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>bitter dan Creamy</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan susu sapi segar.
3.	Pengemasan	Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml



		 <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000
FLAT WHITE		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu sapi segar
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>bitter dan Creamy</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan susu sapi segar.

3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000
MOCHACCINO		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu sapi segar • Coklat bubuk
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>sweet dan Creamy</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan coklat bubuk dan susu sapi segar.
3.	Pengemasan	Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml

		 <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/takeaway menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 25.000
FLAVORED LATTE		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Susu sapi segar • Sirup rasa (misalnya <i>vanila, caramel, hazelnut</i>, dll.)
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>sweet dan Creamy</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan sirup pilihan dan susu sapi segar.

3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Highball glass</i> 350 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/takeaway menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 30.000
AFFOGATO		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Es krim vanila
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>sweet dan bitter</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan es krim vanila
3.	Pengemasan	Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Rock glass</i> 250 ml


		 <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/takeaway menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000
		CHOCO LATTE
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Kopi arabika • Air suhu 95 derajat • Coklat sirup
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>sweet dan bitter</i> dari biji kopi <i>arabica</i> yang dipadukan dengan sirup coklat.


3.	Pengemasan	<p>Untuk minum ditempat, menggunakan gelas <i>Highball glass</i> 350 ml</p>  <p>Untuk pengemasan dibawa pulang/<i>takeaway</i> menggunakan gelas plastic PP cup Injection 350 ml</p> 
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 25.000

Tabel 1.4


Spesifikasi Produk Kue kering


NO	SPESIFIKASI	PRODUK
		NASTAR
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung terigu • Margarin blueband • Wisjman butter • Gula halus

		<ul style="list-style-type: none"> • Telur • Susu bubuk • Keju edam • Selai nanas
6.	Rasa	Perpaduan antara rasa <i>manis dan asam</i> dari adonan nastar yang dipadukan dengan selai nanas.
7.	Pengemasan	Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml 
8.	Warna	Kuning
9.	Harga	Rp 25.000
KASTANGEL		
6.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung terigu • Margarin Blueband • Wisjman butter • Telur • Keju edam • Keju <i>cheddar</i>
7.	Rasa	Perpaduan antara rasa asin dan gurih dari adonan kastengel yang dipadukan dengan keju.

8.	Pengemasan	<p>Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml</p> 
9.	Warna	Kuning kecoklatan
10.	Harga	Rp 25.000
PUTRI SALJU		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Telur • Tepung terigu • Margarin Blueband • Wisjman butter • Gula halus • Kacang mete • Keju edam • Susu bubuk
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa asin, gurih, dan manis dari adonan putri salju yang dipadukan dengan kacang mete dan di ditaburin gula halus.
3.	Pengemasan	Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml

		
4.	Warna	Putih
5.	Harga	Rp 25.000
SAGU KEJU		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung tapioka • Margarin Blueband • Wisjman butter • Gula halus • Telur • Susu bubuk • Santan cair • Keju edam
2.	Rasa	Perpaduan antara rasa asin dan gurih dari adonan sagu keju yang dipadukan dengan santan.
3.	Pengemasan	Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml 

4.	Warna	Kuning
5.	Harga	Rp 25.000
KUE COKLAT		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Tepung terigu • Margarin Blueband • Wisjman butter • Gula halus • Telur • Coklat batng • Vanila bubuk
2.	Rasa	Perpaduan rasa manis dari adonan kue coklat yang dipadukan dengan coklat batang.
3.	Pengemasan	<p>Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml</p> <div style="text-align: center;">  </div>
4.	Warna	Coklat pekat
5.	Harga	Rp 25.000
KUE KACANG		
1.	BAHAN	<ul style="list-style-type: none"> • Selai kacang • Wisjman butter • Minyak sawit

		<ul style="list-style-type: none"> • Gula halus • Susu bubuk • Garam • Tepung terigu
2.	Rasa	Perpaduan rasa gurih dari adonan kue kacang yang dipadukan dengan selai kacang.
3.	Pengemasan	Dikemas dengan toples plastik yang digunakan baik untuk makan ditempat ataupun dibawa pulang dengan ukuran 600 ml 
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000
4.	Warna	Coklat terang
5.	Harga	Rp 25.000

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Selain produk, jasa yang ditawarkan dalam bisnis ini ialah jasa *dine-in* atau minum ditempat, pembeli dapat memesan dan meminum minuman tersebut di warung ini dan jasa minum dibawa pulang/*takeaway*, pembeli datang ke warung ini lalu memesan dan minumannya dibawa pulang. Selain itu, bisnis warung ini menyediakan jasa *delivery order* untuk pelanggan yang memesannya secara *online* melalui akun sosial media WARCIS ini melalui *whatsapp* maupun media antar seperti Grabfood ataupun Gofood.

E. JENIS BADAN USAHA

Dalam memulai bisnis, seseorang harus terlebih dahulu memutuskan jenis bisnis dan bentuk badan usaha yang paling cocok untuk bisnis tersebut. Mengingat setiap entitas perusahaan memiliki kelebihan dan kekurangan. Maka dari itu, sebaiknya sebagai pelaku usaha meneliti berbagai bentuk badan usaha yang ada di kota yang anda pilih sebagai lokasi usaha, serta unsur hukumnya, yang tentunya akan berguna di kemudian hari.

Dalam hal ini penulis memilih badan usaha UMKM yang telah diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008 karena persyaratan dan regulasi yang lebih fleksibel. Berikut keunggulan UMKM:

- a. kemampuan untuk menetapkan harga jual anda sendiri
- b. Mudah berinovasi sesuai dengan Trend yang ada
- c. Terdapat fleksibilitas dalam hal operasional

G. ASPEK LEGALITAS

Setiap entitas bisnis atau jenis usaha wajib mengimplementasikan hukum dalam berbagai prosedur dan mekanisme untuk menjalankan operasional mereka. Salah satu aspek penting dalam upaya ini adalah menjalankan aspek legalitas (College, 2009). Legalitas dalam konteks perusahaan atau entitas bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam proses pendirian bisnis. Aspek legalitas ini memiliki dampak yang signifikan terhadap kelangsungan hidup suatu entitas bisnis. Oleh karena itu, dalam rangka mengamankan legalitas, diperlukan langkah-langkah tertentu dan pemenuhan persyaratan yang sesuai.

Beberapa elemen yang menyumbang pada legalitas suatu entitas bisnis meliputi identifikasi nama perusahaan, merek dagang perusahaan, serta perolehan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Dokumen-dokumen yang menegaskan dan meyakinkan status legal suatu entitas bisnis melibatkan akta pendirian yang diatur oleh seorang notaris, nomor pokok wajib pajak entitas perusahaan, izin operasional atau surat izin HO (Hinderordonnantie), persetujuan lokasi, serta bukti kepemilikan tanah dan sejumlah dokumen lainnya.

Penulis berencana untuk melaksanakan proses pengesahan merek untuk entitas bisnis, yang kemudian akan ditangani oleh seorang notaris, serta mendapatkan sertifikasi halal untuk usaha WARCIS.