

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bandung adalah kota metropolitan terbesar yang ada Jawa Barat, serta kota Bandung merupakan ibu kota dan kota terbesar di Jawa Barat. Kota Bandung juga sering kali menciptakan hal-hal baru yang menjadi kiblat bagi para pelaku usaha, sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan dari luar kota untuk berkunjung ke kota Bandung.

Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung tahun 2022, alasan wisatawan berkunjung ke kota Bandung adalah salah satunya untuk mencicipi beragam kuliner khas kota Bandung mulai dari makanan tradisional hingga jajanan masa kini yang dikenal dengan rasanya yang enak. Tidak heran jika kuliner di kota Bandung sering menjadi perbincangan hangat di kalangan masyarakat Indonesia, hal tersebut menjadi daya pikat wisatawan untuk datang ke kota Bandung. Dari penjelasan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa ini adalah suatu peluang bagi pelaku usaha untuk membuat atau mengembangkan usaha mereka dalam bidang apapun terutama di bidang makanan dan minuman.

Menurut data yang telah diperbaharui oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Bandung pada tanggal 09 Maret 2023, terdapat sebanyak 1.188 tempat usaha berupa restoran serta cafe yang mendirikan usahanya di kota Bandung. Dengan banyaknya tempat usaha ini, tidak menutup kemungkinan jika kita membuka suatu usaha baru di bidang makanan dan minuman.

Menurut Dinas Kebudayaan Pariwisata Kota Bandung, kontribusi usaha pariwisata terhadap pendapatan asli daerah kota Bandung tahun 2022 paling tinggi dihasilkan oleh jenis usaha restoran sebesar Rp. 334.973.160.369. Dengan data tersebut membuktikan bahwa usaha restoran atau bisnis usaha makanan dan minuman sangat berpengaruh bagi pendapatan para pelaku usaha dibanding dengan usaha lainnya di kota Bandung.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No.11 Tahun 2014, Restoran adalah usaha penyedia jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan laba.

Salah satu jenis restoran yang paling diminati dan menjamur di kota Bandung salah satunya adalah cafe. Menurut Maulidi (2017), cafe adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang dimana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan. Cafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana rileks, hiburan dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan sedikit alunan musik.

Saat ini kopi sangat terkenal dan berkembang pesat di kota Bandung. Terbukti dengan banyaknya cafe yang bermunculan di setiap sudut kota Bandung dan dapat dilihat dari banyaknya peminat kopi yang sering ditemukan di cafe tersebut. Dengan popularitas kopi saat ini, tentu tidak terlepas dari sejarah dari zaman terdahulu. Menurut Pudji Rahardjo

(2012:12), tanaman kopi masuk ke Indonesia pada tahun 1696 dengan jenis kopi arabika namun hasilnya kurang berhasil. Lalu pada tahun 1669 belanda mendatangkan lagi jenis kopi arabika dan di tanam dan berkembang di daerah jawa yang hasilnya memiliki kualitas yang sangat baik. Namun, pada tahun 1878 timbul sebuah penyakit atau hama bagi tumbuhan kopi sehingga menyebabkan kematian pada tumbuhan kopi dan tentunya menyebabkan kerugian bagi petani. Pada tahun 1900, dikembangkannya jenis kopi robusta untuk menggantikan jenis kopi arabika karena lebih tahan dari penyakit dan hama. Sejak saat itu, sebagian besar tanaman kopi yang dibudidayakan oleh petani di Indonesia adalah jenis kopi robusta.

Dengan banyaknya cafe yang menjual produk kopi, maka banyak juga yang menjual berbagai jenis variasi produk kopi, salah satunya adalah kopi nitro. Kopi nitro pertama kali muncul di Amerika Serikat pada tahun 2012. Penciptanya adalah seorang ahli bir bernama Nate Armbrust yang bekerja di perusahaan bir kecil di Portland, Oregon. Ia mendapatkan inspirasi dari penggunaan tren nitrogen di industri minuman, kemudian dia mendapatkan ide untuk menambahkan nitrogen pada kopi. Kopi nitro pertama kali disajikan di kedai kopi daerah Portland lalu menyebar ke seluruh Amerika Serikat dan bahkan menyebar ke berbagai negara lainnya.

Menurut Felicity Hart dalam bukunya yang berjudul *The little Book for Coffee Lovers* (2023:102), Kopi nitro adalah jenis kopi yang terbuat dari *cold brew* yang ditambahkan gas nitrogen lalu disimpan didalam

sebuah tabung yang bernama *nitro draft*. Hal ini menciptakan tekstur yang halus serta bagian atas dari kopi tersebut memiliki busa yang tebal.

Berdasarkan analisa oleh penulis mengenai data cafe yang menjual nitro kopi di kota Bandung, penulis mendapatkan data bahwa cafe yang menjual kopi nitro di kota Bandung tidak banyak. Maka dari itu penulis memilih skala area kota Bandung untuk dijadikan data analisa kompetitor dikarenakan terbatasnya cafe yang menjual kopi nitro. Berikut adalah data cafe yang menjual kopi nitro di kota Bandung.

Tabel 1.1
Data cafe yang menjual kopi nitro di Kota Bandung

No.	Nama cafe	Alamat	Kelebihan
1.	Slovin Nitro Bar and Cold Drip Coffee	Jl. Mangga No.26, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	Menu yang ditawarkan lebih beragam, cafe ini bukan hanya menjual kopi nitro tetapi menjual teh nitro juga.
2.	Nitro Ventura	Jl. Setrawangi Kompleks Ruko Setrawangi Megasquare B11, Sukagalih, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40163	Menu yang ditawarkan lebih beragam dan memiliki tempat yang nyaman.
3.	NitrOus (NOS) Coffee	Jl. Kuningan Raya No. 15, Antapani Tengah, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291	Cafe ini bukan hanya menjual kopi nitro tetapi menjual teh nitro juga. Serta tempat yang mudah dicari oleh konsumen.
4.	GenCoffee	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.109a, Lingkar Selatan, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40263	Cafe ini tidak hanya menjual produk kopi, tetapi menjual biji kopi juga.

Sumber : Olahan penulis, 2023

Dengan teori yang sudah penulis sampaikan serta dengan melihat data pesaing yang masih sedikit, maka penulis tertarik untuk membangun sebuah cafe yang menjual kopi nitro di kota Bandung tepatnya di Jl. Dr. Setiabudi. Dengan ini penulis akan membuat perencanaan bisnis yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS CAFE NITRO COFFEE DI KOTA BANDUNG”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Srijani (2021:33) dalam bukunya yang berjudul *Menjadi Digital Entrepreneurship*, *business model canvas* atau BMC adalah representasi grafis dari sejumlah variabel yang menunjukkan nilai-nilai organisasi. *Business Model Canvas* dapat digunakan sebagai alat strategi untuk pengembangan organisasi baru. Selain itu, juga menganalisis situasi (bisnis) dari bisnis yang ada.

Berikut adalah *business model canvas* yang telah dibuat oleh penulis :

Tabel 1.2
Business Model Canvas

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITIONS	CUSTOMER RELATIONSHIPS	CUSTOMER SEGMENTS
<ul style="list-style-type: none"> - PT. Berkah kopi Shaitama (<i>supplier</i> kopi). - PT. UMP Gas (<i>supplier</i> gas nitrogen). - Imah Kopi (<i>supplier</i> pastry). - Greenfields dan Diamond (<i>supplier</i> susu). - Pabrik plastik (<i>supplier</i> kemasan). 	<p>KEY ACTIVITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi dan menjual produk minuman dengan tambahan gas nitrogen. - Menjual produk pastry. <p>KEY RESOURCES</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Man</i> : <i>Supervisor</i>, <i>Barista</i>, dan <i>waiter/ess</i> yang merangkap menjadi kasir. - <i>Machines</i> : Nitro <i>craft</i> dan <i>grinder</i>, serta alat penunjang lainnya. - <i>Money</i> : Modal sendiri - <i>Method</i> : memproduksi produk dan menjual kepada pelanggan. - <i>Materials</i> : Kopi, gas nitrogen, susu, sirup, <i>heavy cream</i>, es batu dan lainnya. 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjual produk kopi nitro yang belum banyak dijual di bandung dengan harga yang bersaing. - Menyediakan <i>design</i> cafe yang menarik bagi para tamu yang <i>dine in</i> di cafe ini. 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan promosi atau diskon sebesar 25% ketika <i>soft opening</i>. - Promosi <i>buy 1 get 1</i> ketika <i>grand opening</i>. <p style="text-align: center;">CHANNELS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan <i>offline</i> : tamu bisa datang ke cafe untuk <i>dine in</i>. - Penjualan <i>online</i> : tamu dapat memesan melalui aplikasi ojek online. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelajar - Mahasiswa - Guru atau dosen - Masyarakat di sekitar lokasi usaha. - Pengendara yang melewati Jl. Dr. Setiabudi.
<p>COST STRUCTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya sewa bangunan. - Biaya pembelian bahan baku. - Biaya pembelian alat. - Biaya pembelian kemasan. - Biaya pemasaran. - Gaji karyawan dan asuransi kesehatan. - Listrik, air, internet. - Pajak. 		<p style="text-align: center;">REVENUE STREAMS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penjualan produk makanan dan minuman. 		

Menurut Susanto (2022:2) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Bisnis, bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang (organisasi) yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa (*create of good and service*) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Pada perencanaan bisnis ini sesuai dengan *Business Model Canvas* yang telah dilampirkan oleh penulis, penulis akan membuat cafe yang menawarkan area *indoor* sebagai tempat utama untuk tamu ketika *dine in* yang dibuat nyaman serta menyajikan konsep yang *instagramable*.

Cafe ini menjual produk makanan dan minuman. Tetapi cafe ini hanya memproduksi minuman saja, untuk makanan penulis akan bekerja sama dengan *supplier pastry* dalam memasok makanan yang dijual pada cafe ini. Minuman yang dijual hanya produk kopi saja, untuk jenis kopinya penulis memakai kopi jenis robusta untuk *house blend* yang didapatkan dari *supplier* kopi yang berada di kota Bandung. Untuk proses pembelian produk di cafe ini sangat mudah karena pelanggan dapat langsung datang ke cafe lalu melakukan proses pemilihan produk yang beragam setelah itu dapat melakukan pembayaran di kasir. Lalu jika pelanggan akan menikmati minuman dan makanannya di tempat, maka setelah produk yang sudah dibeli selesai diproses oleh barista, pesanan tersebut akan diantarkan oleh *waiter/ess* ke meja pelanggan. Namun, jika pelanggan melakukan pembelian produk makanan dan minuman yang akan dibawa pulang, setelah produk selesai diproses maka kasir akan memanggil nama

pelanggan dan pelanggan akan mengambil sendiri ke area *pick up* di dekat kasir.

Cafe ini mempunyai target pasar yang tidak spesifik, artinya cafe ini mempunyai target pasar yang luas mulai dari pelajar, mahasiswa, dan lainnya seperti masyarakat sekitar dan pengendara di Jl. Dr. Setiabudi. Alasan mengapa target pasar yang cafe ini pakai tidak spesifik, karena pemilihan lokasi yang menurut penulis sangat strategis, lokasi ini berada di dekat jalan utama serta dekat dengan sekolah dan universitas menjadikan kalangan pelajar, mahasiswa, dosen atau guru, masyarakat serta pengendara yang melewati area Jl. Dr. Setiabudi menjadi target segmen pasar cafe ini.

Cafe ini akan merekrut beberapa orang karyawan yang akan bekerja sebagai *supervisor*, barista, dan *waiter/ess* yang merangkap menjadi kasir. Dalam proses operasional cafe ini, tentu ada peran karyawan yang membantu sesuai dengan tugas yang telah di tentukan. Seperti dalam proses produksi minuman, tentu harus ada pembelian bahan baku yang dilakukan oleh *supervisor* dari *supplier* yang telah terpilih, lalu akan dilakukan proses produksi minuman oleh barista sampai produk minuman tersebut siap untuk disajikan, setelah itu produk yang telah selesai diproses bisa diantar oleh *waiter/ess* kepada pelanggan sesuai apa yang telah dipesan.

Harga produk yang dijual di cafe ini sudah tertera pada *menu list* sehingga pelanggan dapat mengetahui harga dari produk tersebut ketika mereka sedang memilih produk yang akan dibeli. Setiap produk

mempunyai harga yang berbeda-beda tetapi selisih harganya tidak terlalu jauh sehingga harga produk yang ditawarkan di cafe ini sangat terjangkau bagi target pasar dan tentunya dapat bersaing dengan cafe lain yang menjual nitro kopi atau cafe lain yang menjual produk berbeda namun berada di area Jl. Dr. Setiabudi.

2. Deskripsi Logo dan Nama

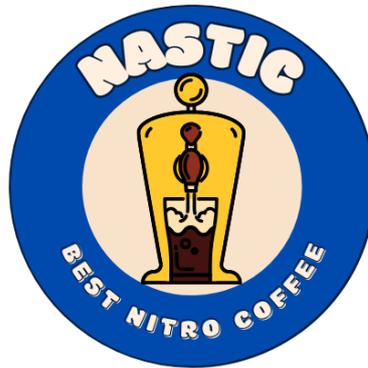
Menurut Limbong (2022:120) dalam bukunya yang berjudul Desain Grafis: Teori dan Praktek, logo adalah sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, seperti lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk.

Logo biasanya harus bersifat mengandung filosofi yang berguna untuk dapat menciptakan ciri khas Nastic cafe, serta bertujuan untuk membedakan logo Nastic cafe dengan cafe yang lainnya, baik dari segi bentuk ataupun dari segi warna.

Nama dari cafe ini adalah Nastic cafe. Nastic adalah gabungan dari dua kata menjadi satu, dua kata tersebut adalah “Nitro” dan “*Aesthetic*”. Penulis memilih gabungan dari dua kata tersebut dikarenakan, “Nitro” adalah ciri khas produk yang dijual di cafe ini yaitu kopi nitro sehingga dapat menjadi identitas yang kuat dan mudah diingat oleh orang lain. Sedangkan “*Aesthetic*” atau dalam bahasa Indonesia adalah estetika adalah keindahan dengan arti lebih luas yaitu keindahan yang bisa dirasakan.

Dengan kata tersebut penulis ingin membuat keindahan dengan desain cafe dan suasana cafe yang disuguhkan kepada tamu.

Gambar 1.1
Logo Nastic Cafe



Sumber : Olahan penulis, 2023

a. Tulisan

- Nastic : Nastic merupakan nama dari cafe ini sehingga penulis mencantumkan nama tersebut pada logo, supaya pelanggan mengetahui dan mengingat nama cafe ini.
- *Best Nitro Coffee* : identitas bahwa cafe ini adalah cafe penjual produk kopi nitro terbaik, dengan adanya kalimat ini menjadikan cafe akan terus menjaga kualitas yang dijual sehingga tidak akan mengecewakan pelanggan.

b. Warna

- Warna kuning : warna kuning merupakan warna yang paling menarik perhatian, dikarenakan warnanya yang mencolok serta memberikan kesan semangat serta bahagia.
- Warna biru : secara psikologis, warna biru memberikan kesan kekuatan dan profesionalisme.

- Warna coklat : warna coklat berkaitan erat dengan sesuatu yang berhubungan dengan hal klasik, kesederhanaan, dan juga kenyamanan.
- Warna krem : warna krem dianggap mampu menciptakan suasana yang tenang bagi sekitarnya.

c. Gambar

Alasan mengapa gambar nitro *draft* ada didalam logo tersebut yaitu karena nitro *draft* adalah alat untuk memproses kopi nitro yang penulis jual di cafe ini, sehingga pelanggan tahu bahwa ciri khas produk yang cafe ini jual bisa terlihat dari logo tersebut.

d. Bentuk

Bentuk yang digunakan pada logo tersebut yaitu lingkaran, karena lingkaran merupakan suatu garis yang tidak terputus. Penulis berharap cafe ini akan tetap menjalankan operasional dengan baik dan lancar sehingga tidak ada hambatan apapun dan tidak terputus di tengah jalan.

3. Identitas Bisnis

Cafe ini akan bertempat di sebuah bangunan ruko 1 lantai tepat di samping jalan utama atau jalan raya yang berlokasi di Jl. Dr. Setiabudi No.157 Kelurahan Gegerkalong Kecamatan Sukasari Kota Bandung Provinsi Jawa Barat 40153.

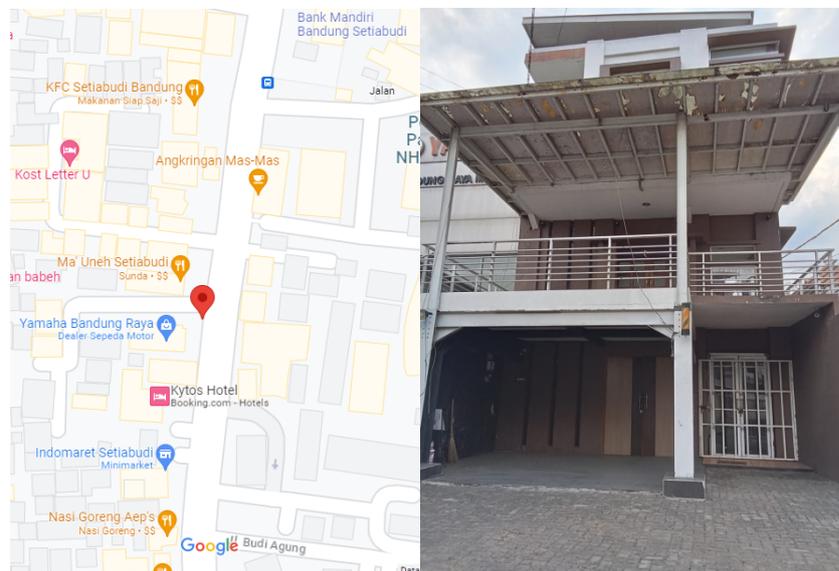
Untuk bangunannya, penulis akan menggunakan metode sewa kepada pemilik bangunan sebelumnya. Dari segi lokasi, menurut penulis lokasi ini sangat strategis karena berada dekat dengan jalan utama sehingga aktivitas

kendaraan yang tidak pernah berhenti menjadikan cafe ini akan sering dilihat oleh para pengendara dan dapat menarik perhatian para pengendara yang sedang melewati Jl. Dr. Setiabudi.

Bangunan ini memiliki 1 lantai, pada halaman di depan bangunan cafe ini, terdapat sedikit area kosong ,yang akan digunakan sebagai lahan parkir untuk para pelanggan.

Gambar 1.2

Lokasi dan Denah Usaha Nastic Cafe



Sumber : Olahan penulis, 2023

C. Visi dan Misi

Menurut Ramli (2023:66) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategik dan Bisnis, visi adalah rangkaian kata-kata yang menunjukkan impian, cita-cita, atau nilai inti dari sebuah keinginan dari sebuah organisasi maupun individu yang memiliki pandangan jauh di masa depan untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

Visi dari cafe ini yaitu menjadi cafe yang menjual nitro kopi terbaik di kota Bandung.

Menurut Ramli (2023:67) dalam buku yang sama seperti penjelasan visi sebelumnya, misi adalah metode, strategi, rencana atau nilai-nilai kerja yang di prioritaskan dengan memberikan petunjuk secara rinci untuk mewujudkan sebuah visi yang telah di tetapkan.

Misi dari Nastic cafe yaitu :

1. Menyediakan fasilitas yang memadai untuk membuat nitro kopi yang baik dan berkualitas.
2. Menjual produk dengan harga yang kompetitif.
3. Memberikan kesan dan suasana cafe yang menarik mulai dari produk, kemasan hingga tempat.
4. Memberikan kemudahan pelanggan dalam akses menuju cafe dan proses transaksi di cafe ini.
5. Memberikan fasilitas AC, wifi, musik, kursi dan meja yang memadai untuk kenyamanan pelanggan.
6. Karyawan harus memiliki *attitude*, *skill* dan *knowledge* yang baik.

D. SWOT Analysis

Menurut Teniwut (2021:108) dalam bukunya yang berjudul Strategi dan Kebijakan Bisnis Perikanan: Konsep dan Aplikasi, analisis *SWOT* (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) adalah kerangka kerja untuk menilai posisi kompetitif bisnis dan mengembangkan rencana strategis.

Analisis *SWOT* mempertimbangkan masalah internal dan eksternal serta peluang yang ada di masa depan.

Berdasarkan hasil analisa lingkungan bisnis yang telah penulis lakukan, maka hasil analisa *SWOT* Nastic cafe adalah sebagai berikut.

1. *Strength*

- a. Produk kopi nitro merupakan salah satu terobosan baru di industri kopi.
- b. Menggunakan bahan baku yang berkualitas.
- c. Menjual produk dengan harga yang kompetitif.

2. *Weakness*

- a. Keterbatasan modal.
- b. Kurangnya inovasi menu.
- c. Produk yang ditawarkan masih awam di masyarakat.

3. *Opportunity*

- a. Pemilihan lokasi yang strategis.
- b. Memberikan pengalaman yang unik bagi para pelanggan karena dapat merasakan kopi nitro yang jarang di jual oleh cafe lain.
- c. Bekerja sama dengan jasa layanan ojek *online*.

4. *Threat*

- a. Di Jl. Dr. Setiabudi sering terjadi macet.
- b. Lahan parkir yang kurang memadai.
- c. Persaingan dari usaha jenis kopi yang lain.

Tabel 1.3
SWOT Analysis

SW	<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk kopi nitro merupakan salah satu terobosan baru di industri kopi. • Menggunakan bahan baku yang berkualitas. • Menjual produk dengan harga yang kompetitif. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keterbatasan modal. • Kurangnya inovasi menu. • Produk yang ditawarkan masih awam di masyarakat.
OT	<p>Strategi S/O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjual produk kopi nitro dengan cara membuat produk dengan kualitas terbaik dan rasa yang sesuai dengan yang diharapkan. • Menjaga kualitas produk karena produk ini unik dan terobosan baru, maka jangan sampai pelanggan merasa kecewa. • Menjual di jasa layanan ojek <i>online</i> sangat membantu untuk melakukan penjualan dan mempromosikan kopi nitro yang dijual. 	<p>Strategi W/O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempromosikan produk kopi nitro yang dijual oleh Nastic cafe melalui media sosial dan melalui mulut ke mulut. • Mengembangkan atau menambah menu. • Memberikan penjelasan mengenai apa itu kopi nitro di <i>platform</i> penjualan <i>offline</i> maupun <i>online</i>.
<p>Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> • Di Jl. Dr. Setiabudi sering terjadi macet. • Lahan parkir kurang memadai. • Persaingan dari usaha jenis kopi yang lain. 	<p>Strategi S/T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan wawasan kepada calon pelanggan mengenai apa itu kopi nitro. • Pemberdayaan lahan parkir melalui kerja sama dengan petugas parkir untuk dapat mengatur kendaraan pelanggan yang datang ke cafe dan mengatur arah keluar masuk kendaraan. • Harga yang ditawarkan sangat kompetitif, sehingga mampu bersaing dengan cafe lain di Jl. Dr. Setiabudi. 	<p>Strategi W/T</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inovasi menu yang lebih banyak dari pesaing jenis usaha kopi yg lain. • Karena kopi nito masih awam, penulis dapat melakukan promosi nastic cafe ketika terjadi macet di Jl. Dr. Setiabudi. • Lebih memperkenalkan kopi nitro kepada target segmen pasar, agar mereka mengetahui bahwa produk yang di jual berbeda dengan produk yang cafe lain jual di daerah Jl. Dr. Setiabudi.

Sumber : Olahan penulis, 2023

E. Spesifikasi Produk

Menurut Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) tahun 2018, yang dimaksud dengan spesifikasi adalah karakteristik total dari barang/jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna barang/jasa yang dinyatakan secara tertulis.

Produk yang akan di jual di cafe ini yaitu berbagai macam jenis makanan dan minuman. Untuk minuman, cafe ini berfokus pada kopi nitro yang terbuat dari bahan dasar *cold brew* yang di masukan ke dalam tabung berupa *nitro draft* lalu disuntikan dengan gas nitrogen. Gas nitrogen yang digunakan yaitu Nitrogen *Ultra High Purity* yaitu gas nitrogen yang diproses dengan beberapa kali sistem penyaringan dan pemurnian, gas ini tidak beracun, tidak berasa dan bersifat sedikit larut dalam air. Untuk proses produksi, penulis akan membeli biji kopi dari *supplier*, lalu akan diolah sendiri menjadi *cold brew* dan akan dimasukan kedalam *nitro draft*. Fungsi dari gas nitrogen ini adalah membuat kopi tetap dingin dan membuat tekstur kopi menjadi lebih halus dan terbentuknya busa yang tebal. Dengan disuntikan gas nitrogen kedalam kopi, akan menghasilkan kafein yang lebih tinggi dan rasa yang cenderung manis walaupun tidak ditambahkan dengan pemanis lainnya.

Pada Nastic cafe, tidak hanya menjual produk olahan asli dari kopi nitro saja, tetapi akan ada produk lain yang akan dijual seperti kopi susu nitro sebagai *signature* produk dari cafe ini dengan ditambahkan dengan

berbagai rasa yang dapat dipilih oleh pelanggan seperti rasa *butterscotch*, *caramel*, serta akan ada produk nitro latte dan *affogato* nitro.

Untuk produk makanan, Nastic cafe akan menjual produk patiseri diantaranya yaitu *croissant* dengan macam rasa seperti *plain* dan *almond* serta ada *cinnamon roll* yang cocok disandingkan dengan kopi.

Berikut adalah gambar atau tampilan produk yang akan dijual oleh Nastic cafe, gambar yang digunakan diperoleh dari Google dan ada beberapa gambar yang telah di modifikasi oleh penulis.

Tabel 1.4
Spesifikasi Produk

Nama dan tampilan produk	Kemasan yang akan dipakai		Deskripsi
	<i>Dine In</i>	<i>Take Away</i>	
 <p>Classic Nitro Coffee</p>			<p>Kopi nitro original tanpa ditambah dengan bahan lain. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 14 oz dengan <i>quantity</i> produk 230 ml beserta dengan tutupnya. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 18x28 cm. Serta ditambah dengan <i>paper straw</i> berwarna coklat berukuran 20 cm.</p>

Sumber : Olahan penulis, 2023

Tabel 1.4
Spesifikasi Produk (Lanjutan)

Nama dan tampilan produk	Kemasan yang akan dipakai		Deskripsi
	<i>Dine In</i>	<i>Take Away</i>	
 <p style="text-align: center;">Nitro Latte</p>			<p>Kopi nitro ditambah dengan susu. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 14 oz dengan <i>quantity</i> produk 230 ml beserta dengan tutupnya. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 17x11x35cm. Serta ditambah dengan <i>paper straw</i> berwarna coklat berukuran 20 cm.</p>
 <p style="text-align: center;">Affogato</p>			<p>Kopi nitro ditambah es krim <i>vanilla</i>. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 12 oz dengan <i>quantity</i> produk 50 ml kopi nitro dan 1 <i>scoop vanilla ice cream</i>. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 18x28 cm. Serta ditambah dengan sendok kayu berwarna coklat berukuran 16 cm.</p>
 <p style="text-align: center;">Kopi Susu Nastisweet</p>			<p>Campuran kopi nitro dengan susu lalu ditambahkan sirup <i>caramel</i>. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 14 oz dengan <i>quantity</i> produk 230 ml beserta dengan tutupnya. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 17x11x35 cm. Serta ditambah dengan <i>paper straw</i> berwarna coklat berukuran 20 cm.</p>

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Tabel 1.4
Spesifikasi Produk (Lanjutan)

Nama dan tampilan produk	Kemasan yang akan dipakai		Deskripsi
	<i>Dine In</i>	<i>Take Away</i>	
 Kopi Susu Nastaroma			<p>Campuran kopi nitro dengan susu lalu ditambahkan sirup <i>butterscotch</i>. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 14 oz dengan <i>quantity</i> produk 230 ml beserta dengan tutupnya. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 17x11x35 cm. Serta ditambah dengan <i>paper straw</i> berwarna cokelat berukuran 20 cm.</p>
 Kopi Susu Nastirasa			<p>Campuran kopi nitro dengan susu lalu ditambhkan dengan sirup tiramisu. Memakai <i>cup</i> plastik berukuran 14 oz dengan <i>quantity</i> produk 230 ml beserta dengan tutupnya. Dan untuk kemasan <i>take away</i> ditambah dengan plastik berukuran 17x11x35 cm. Serta ditambah dengan <i>paper straw</i> berwarna cokelat berukuran 20 cm.</p>
 <i>Plain Croissant</i>			<p>Kue kering yang memiliki tekstur renyah diluar dan berongga didalam serta mempunyai rasa yang gurih. Untuk <i>dine in</i> menggunakan <i>dessert fork</i> dan <i>dessert knife</i> serta menggunakan <i>plate</i> berwarna putih berukuran 16 cm. Kemasan <i>take away</i> ditambah dengan <i>paper bag</i> berwarna coklat berukuran 12x6x18 cm dan plastik 19x12x38 cm.</p>

Sumber : Olahan penulis, 2023

Tabel 1.4
Spesifikasi Produk (Lanjutan)

Nama dan tampilan produk	Kemasan yang akan dipakai		Deskripsi
	<i>Dine In</i>	<i>Take Away</i>	
 <p style="text-align: center;"><i>Almond Croissant</i></p>			<p>Kue kering yang memiliki tekstur renyah diluar dan berongga didalam serta ditambah <i>almond</i> dan gula diatasnya. Untuk <i>dine in</i> menggunakan <i>dessert fork</i> dan <i>dessert knife</i> serta menggunakan <i>plate</i> berwarna putih berukuran 16 cm. Kemasan <i>take away</i> ditambah dengan <i>paper bag</i> berwarna coklat berukuran 12x6x18 cm dan plastik berukuran 19x38 cm.</p>
 <p style="text-align: center;"><i>Cinnamon Roll</i></p>			<p>Roti gulung yang diberi gula palem dan bubuk kayu manis. Untuk <i>dine in</i> menggunakan <i>dessert fork</i> dan <i>dessert knife</i> serta menggunakan <i>plate</i> berwarna putih berukuran 16 cm. Kemasan <i>take away</i> ditambah dengan <i>paper bag</i> berwarna coklat berukuran 12x6x18 cm dan plastik berukuran 19x38 cm.</p>

Sumber : Olahan penulis, 2023

F. Jenis Badan Usaha

Menurut Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020, badan usaha adalah badan usaha berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu.

Bentuk badan usaha dari Nastic cafe adalah *Comanditer Vennotschap* atau CV. Menurut Sadikin, dkk (2020:145), *Comanditer Vennotschap* adalah persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. Usaha tersebut dibentuk dan dikelola oleh dua orang atau lebih. Lalu ada satu atau lebih orang yang bertindak sebagai pemberi modal dan ada yang bertanggung jawab secara penuh atas sekutu yang lainnya.

Berikut adalah kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh jenis badan usaha CV :

Kelebihan jenis badan usaha CV :

1. Lebih mudah dalam mendapatkan modal.
2. Lebih mudah dalam mengembangkan usaha karena dipegang oleh salah satu pihak sekutu yang sudah dipercaya oleh sekutu lainnya.
3. Dalam hal pengenaan pajak hanya satu kali. Untuk pembagian keuntungan tidak dikenakan biaya pajak apapun.

Kelemahan jenis badan usaha CV :

1. Tanggung jawab sekutu komaditer yang mengelola operasional perusahaan menjadi tanggung jawab pribadi.
2. Jarang dipilih oleh pemilik modal dalam hal berinvestasi atau menanamkan modal.

G. Aspek Legalitas

Unsur yang paling penting ketika mendirikan suatu usaha adalah legalitas usaha. Legalitas usaha mengacu pada status hukum bagi suatu

bisnis, kewajiban pelaku usaha untuk memiliki izin legalitas telah diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata No.18 Tahun 2016. Selain sebagai salah satu syarat hukum, legalitas usaha juga memiliki kegunaan sebagai bukti bahwa cafe sudah mendapatkan legalitas resmi sehingga mudah mendapat kepercayaan dari masyarakat, mendapat perlindungan hukum, mencegah kerugian dari hal yang tidak diinginkan serta dapat mempengaruhi kesuksesan jangka panjang.

Berikut adalah beberapa persyaratan yang dibutuhkan ketika ingin membuat TDUP menurut Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 07 Tahun 2012 serta surat ini dapat dibuat di loket Unit Pelayanan Umum Satu Atap kota Bandung.

1. Formulir permohonan.
2. Akta pendirian usaha.
3. Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik usaha.
4. Dokumen kelayakan lingkungan hidup.
5. Izin Gangguan (HO) dapat dibuat di loket Unit Pelayanan Umum Satu Atap kota Bandung.
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
7. Persyaratan tidak keberatan dari masyarakat sekitar.

Selain membuat surat TDUP, untuk menjalankan sebuah usaha cafe maka harus membuat surat atau dokumen untuk dapat memenuhi syarat mendirikan dan menjalankan sebuah usaha. Diantaranya yaitu :

1. Surat Izin Usaha Kepariwisata (SIUK).
2. Sertifikat Laik Sehat (SLS).