

# BAB I

## DESKRIPSI BISNIS

### A. Latar Belakang

Kabupaten Garut adalah daerah yang berada di provinsi Jawa Barat yang dekat dengan daerah kota Bandung. Kabupaten Garut memiliki kedudukan strategis yang berperan di dalam pengendalian keseimbangan lingkungan. Kabupaten Garut memiliki pusat daerah yang dijadikan tempat pengembangan pemerintah daerah yaitu Tarogong Kidul. Kawasan Tarogong Kidul ini merupakan daerah kecamatan di daerah Garut. Daerah ini sangat ramai karena termasuk daerah dengan kepadatan penduduknya lebih banyak dari pada daerah lain di kota Garut, terbukti dengan data statistika berikut:

**Tabel 1 Proyeksi Penduduk Kecamatan Tarogong Kidul  
Menurut Kelompok Usia Pada Tahun 2017**

Kelompok Umur	Kec. Tarogong Kidul
0 – 4	13.325
5 – 9	12.804
10-14	12.608
15-19	13.110
20-24	11.797
25-29	10.843
30-34	10.265
35-39	9.215
40-44	8.425
45-49	7.321
50-54	5.925
55-59	4.588
60-64	3.246

Tabel 1.1 (lanjutan)

65-69	2.372
70-74	1.594
75+	1.865
Jumlah	129.303

Sumber : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kab.Garut, 2017.

**Tabel 2 Proyeksi Penduduk Kecamatan Tarogong kidul**

**Menurut Kelompok Jenis Kelamin Pada Tahun 2020**

Wilayah Kecamatan Tarogong Kidul	Laki Laki	Perempuan	Laki Laki dan Perempuan
Kersamenak	4.111	4.037	8.148
Cibunar	3.120	3.124	6.244
Sukabakti	2.321	2.307	4.628
Sukakarya	3.281	3.220	6.501
Sukajaya	8.217	8.074	16.291
Jayawaras	6.930	6.921	13.851
Haurpanggung	9.702	9.229	18.931
Jayaraga	8.211	8.170	16.381
Pataruman	6.089	6.152	12.241
Sukagalih	8.513	8.651	17.164
Mekargalih	4.816	4.806	9.622
Tarogong	3.659	3.845	7.504
Total	68.970	68.536	137.506

Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Garut, 2020.

Menurut data di atas dengan kepadatan penduduk yang tinggi sebanyak 137.506 jiwa daerah ini memiliki potensi yang besar untuk mendirikan usaha kuliner. Terlihat banyak usia anak-anak hingga dewasa namun sedikit untuk usia tua. Target pasar yang akan di tujukan merupakan semua kalangan usia, selain itu banyak sekali wisatawan domestik maupun mancanegara yang sering berkunjung ke daerah ini karena masih banyak destinasi wisata alam maupun buatan.

Menurut Budi Gan Gan Gumilar Selaku Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut ( Diskominfo Garut, 2020) "Di tahun 2019, terdapat sekitar 2,8 juta wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Garut. Dari jumlah tersebut, sekitar 5 persen wisatawan mancanegara (Wisman) yang datang,"

**Tabel 3 Berikut Data Wisatawan Garut Pada Tahun 2019**

Daerah wisata	Wisatawan yang berkunjung
Cipanas	18417
Darajat	14507
Papandayan	33515
Kamojang	1379
Kebun Mawar	2355
Eco Park	891
Santolo	3620
Rancabuaya	6553
Sayang Heulang	21576

Sumber: Dinas Pariwisata Kab.Garut tahun, 2019.

Dari data statistik di atas saya rangkum beberapa tempat wisata yang memiliki potensi terutama daerah cipanas yang menjadi daya tarik wisatawan. Daerah wisata lainnya merupakan daerah wisata yang secara tidak langsung akan melewati daerah Tarogong Kidul. Maka dengan penempatan lokasi usaha yang berada di kecamatan Tarogong Kidul tepat berdekatan dengan simpang 5 Garut menjadi daerah yang paling strategis untuk menargetkan pasar kuliner.

Melihat banyaknya wisatawan yang berkunjung pada saat ini bisnis kuliner di Indonesia merupakan usaha yang cukup berkembang dengan pesat. Terbukti dengan gambar data statistik di bawah :

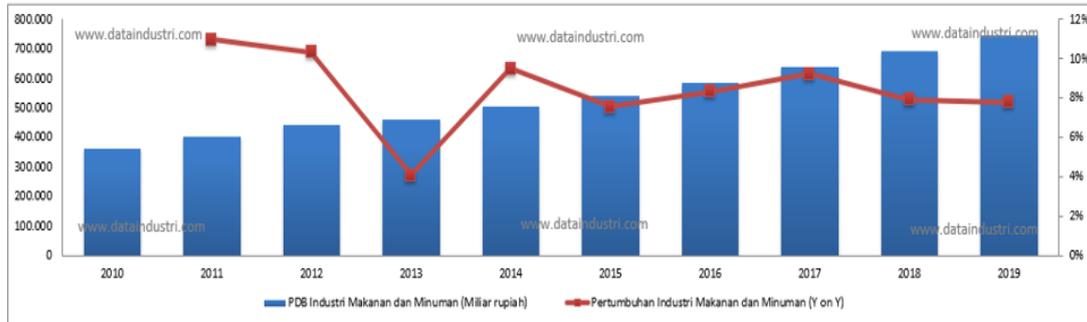
### **Gambar 1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia**

### Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2010 - 2019

Deskripsi	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
PDB Industri Makanan dan Minuman (Miliar rupiah)										
Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (Y on Y)										

Sumber: DataIndustri Research, diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bank Indonesia (BI)

www.dataindustri.com



Sumber : Badan Pusat Statistik Pertumbuhan Industri Tahun, 2010 – 2019

Dengan meningkatnya pertumbuhan Industri makanan dan minuman ini membuktikan bahwa industri ini memiliki peluang yang tinggi untuk meningkatkan perekonomian. Secara tidak langsung peningkatan perekonomian ini mempengaruhi peningkatan perekonomian daerah khususnya daerah Tarogong Kidul. Terbukti dengan banyaknya bermunculan toko oleh-oleh, café dan restoran, namun masih sedikit untuk toko kue. Oleh karena itu, belum banyak inovasi yang berkembang untuk kue di daerah Garut. Hal tersebut menjadikan kecamatan ini memiliki potensi yang sangat besar bagi pelaku bisnis untuk membuat suatu usaha kuliner di bidang pastry atau kue.

Menurut Rudy Gunawan selaku Bupati Garut (Antarnews.com, 2018)

“Jenis kuliner di Kabupaten Garut, sangat beranekaragam yang memiliki cita rasa dan ciri khas kerarifan lokal, saya pun berupaya merangkul semua pelaku usaha kecil, menengah dan besar sehingga dapat memberikan kemajuan bersama untuk Kabupaten Garut. Saya berharap, seluruh pengusaha kuliner di Garut dapat bersama-sama berinovasi untuk memberikan kemajuan baru agar mendapatkan omzet yang besar. Banyak potensi makanan kuliner yang perlu di angkat, untuk itu sangat mengharapkan dukungan semua pihak.”

Produk kue atau *dessert* adalah menu makanan yang disajikan setelah hidangan utama, bisa juga disebut pencuci mulut. Kebanyakan *dessert* ini memiliki rasa manis, dan menyegarkan, namun ada juga yang asin atau kombinasi. Seiring berjalannya waktu

pada perkembangan dunia kuliner saat ini *dessert* bisa di nikmati kapanpun dan dimanapun, dan menjadi menu yang sangat populer.

Produk kue atau *dessert* ini mulai banyak digemari oleh masyarakat Indonesia khususnya daerah Garut. Produk ini umumnya dibuat dengan bahan dasar tepung dan susu. Trend perkembangan kue di Indonesia dapat menjadi sumber inspirasi peluang usaha yang menjanjikan karena, telah memiliki trend pasar tersendiri di masyarakat bahkan telah menjadi *lifestyle*. Salah satu produk kue yang sedang banyak di gemari yaitu *dessert Box*, *Soft cookies* dan *Brownies*. Oleh karena itu, seiring berkembangnya trend kue ini sangat berpotensi bagi pelaku usaha kuliner untuk mendirikan usaha toko kue di daerah Garut khususnya tepat di kawasan Tarogong Kidul yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi dan tentunya masih sedikit daya saing untuk membuka toko kue.

## **B. Gambaran Umum Usaha**

### **1. Deskripsi Bisnis, Logo dan Nama**

Sebuah nama sangat penting dalam suatu usaha, terlebih lagi dalam usaha kuliner yang sudah banyak sekali di dunia ini termasuk Indonesia. Nama dalam sebuah usaha harus mempresentasikan usaha tersebut, nama yang simpel dan menjelaskan apa yang kita jual sudah cukup untuk memikat masyarakat.

Pengertian merek adalah simbol, tanda, rancangan ataupun sebuah kombinasi dari tiga hal tersebut yang ditujukan sebagai identitas dari beberapa penjual untuk kemudian dijadikan sebagai pembeda dengan pesaing yang ada di pasaran (Kotler:2009:404)

Nama tempat usaha ini adalah *Mirbai Cake and pastries*. Nama *Mirbai* ini memberikan arti “*Mari Buy*” yang artinya Mari beli, maksudnya mengajak orang untuk membeli produk kue. Agar mudah dalam pengucapan orang sunda kata “*buy*” tersebut di tulis “*bai*”. Berikut merupakan gambar logo dari *Mirbai Cake and Pastries*:

**Gambar 2 Logo *Mirbai Cake and Pastries***



Sumber: Desain Penulis, 2020

Berikut Merupakan deskripsi Logo dari *Mirbai Cake and Pastries*:

Alasan memberi bentuk bulat berwarna dasar putih pada logo ini bertujuan untuk menggambarkan kebersihan dan kemurnian terhadap sebuah produk yg dihasilkan, pelayanan, dan tempat yang disediakan.

Gambar gandum dengan berwarna emas dalam logo tersebut memiliki kesan mewah dan elegan dan menggambarkan bahwa bahan dasar dalam pembuatan produk yang digunakan pun kebanyakan menggunakan tepung gandum.

Pemilihan *font* dan warna hitam pada tulisan *Mirbai* memiliki kesan tegas, dan memiliki tujuan agar mudah untuk dibaca.

Warna tulisan *cakes and pastries* mengikuti warna gandum yaitu warna *gold*, yang menunjukkan bahwa produk tersebut ada kaitannya dengan lambang gandum dalam bahan pembuatannya.

Sebelumnya penulis telah memiliki usaha kue yang bernama *Mirbai Cake*. Usaha ini berupa aneka jenis dessert *box*, *cookies*, *brownies*, *birthday cake*, dan berbagai jenis roti. Awalnya usaha ini penulis jalankan dengan cara *pre-order* yang dimana konsumen yang tertarik ingin membeli kue, akan melakukan pemesanan dahulu dan dapat diambil sesuai tanggal yang telah ditentukan. Konsumen yang sudah melakukan kesepakatan membeli harus melakukan pembayaran terlebih dahulu karena, kue ini penulis olah dari bahan-bahan segar dan disajikan dalam keadaan segar. *Pre-order* ini memiliki jadwalnya bagi masing-masing menu.

Pendapatan dari penjualan *Mirbai Cake* dapat dibilang sangat menjajikan. Setelah berjalan selama 6 bulan *Mirbai cake* tidak melakukan sistem *pre-order* lagi tetapi sudah ready stok untuk beberapa kue, kecuali *birthday cake*. Melihat kemajuan dan banyaknya konsumen yang tertarik akan kue ini, penulis ingin mengembangkan usaha *Mirbai Cake* menjadi toko kue yang memiliki *offline store* agar konsumen dapat langsung berkunjung dan menikmati kue ditempat yang lebih nyaman. Penulis juga ingin menambahkan menu minuman untuk menemani kue ini.

*Mirbai Cake and Pastries* ini memiliki konsep yang dapat di bilang belum banyak untuk di daerah Garut, perbedaannya dapat dilihat dari produk kue dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan peremium, serta dapat dinikmati di

tempat, selain itu penulis juga memperhatikan *packaging* dari sebuah produk kue ini agar lebih terlihat elegant, dan mudah dibawa.

Berbagai jenis kue di *Mirbai Cake and Pastries* dapat dijadikan sebagai oleh-oleh atau cemilan untuk berpergian keluar kota. Konsep *Mirbai Cake and Pastries* ini akan dibuat menjadi sangat nyaman serta bernuansa mewah dan klasik. Untuk konsep ruangan *Mirbai Cake and Pastries* ini dibuat dengan warna dasar putih, hitam dan coklat, serta adanya sentuhan kayu dan tumbuhan yang dimana akan membuat konsumen merasakan kenyamanan, ditambah dengan alunan lagu klasik dan instrument yang akan membuat konsumen bertahan lama berada di *Mirbai Cake and Pastries*. Jam operasional Cake shop ini akan dibuka pada pukul 09.00 – 20.00. *Mirbai Cake and Pastries* memiliki dua jenis pelayanan yaitu pelayanan *Dine-in* dan *take-away*.

## **2. Alamat Perusahaan**

Sebaiknya seorang pengusaha yang ingin membuka usaha melibatkan konsep *marketing mix* yang dikenal 4P (*People, Product, Place, Promotion*) dalam pembangunan awal suatu bisnis. Fokus pembicaraan saat ini adalah lokasi yang terkait dalam pembuatan usaha atau bisa juga disebut saluran distribusi yang merupakan “saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai” (sumarni dan soeprihanto, 2010:288).

Penyedia jasa juga pastinya harus menentukan lokasi yang strategis agar dapat menjaga hubungan pelanggan tetap baik. Lokasi yang strategis diharapkan dapat membuat bisnis dapat melaju dengan pesat, begitu sebaliknya bila tempat yang dipilih tidak cukup strategis keuntungan maksimal tidak dapat dirasakan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi bisnis adalah “lingkungan masyarakat, sumber daya alam, tenaga kerja, kedekatan dengan pasar, fasilitas dan biaya transportasi, tanah untuk ekspansi, dan pembangkit tenaga listrik”. (Harding:1978:26). Maka dari itu *Mirbai Cake and pastries* berencana akan didirikan di jalan terusan Pembangunan no 6, lebih tepatnya berada di Tarogong Kidul, 10 meter dari simpang 5 Garut.

**Gambar 3 Lokasi *Mirbai Cake and Pastries***



Sumber: Google Maps, 2020.

Tempat ini adalah bangunan pribadi yang merupakan bangunan kosong yang dapat dibangun atau direnovasi kembali agar layak dijadikan usaha. Untuk peluang banyaknya konsumen yang akan datang, tempat ini sangat bagus karena berada di tengah kota, banyaknya sekolah, perguruan tinggi dan dekat dengan persimpangan Garut.

**Gambar 4 Lokasi *Mirbai Cake and Pastries***



Sumber : Google Maps, 2020.

### C. Visi Dan Misi Dalam Berbisnis

Setiap perusahaan pastinya akan memiliki tujuan yang harus dicapai, untuk jangka waktu yang panjang, maupun untuk jangka waktu yang pendek. Visi dan Misi merupakan tujuan untuk mencapai kesuksesan dan kemajuan dalam perusahaan, Pengertian Visi “Rangkaian kalimat yang menyatakan cita cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan”. (Wibisono:2006:43)

Misi adalah “Rangkaian Kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang di sediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk maupun jasa” (Wibisono:2006:46)

Dengan menciptakan visi dan misi, dalam sebuah bisnis tidak hanya untuk mendapat dukungan dari para tenaga kerja, akan tetapi mampu membantu dalam menentukan hal yang harus dilakukan dan yang tidak dilakukan selama berjalannya usaha tersebut. Berikut merupakan Visi Dan Misi *Mirbai Cake and Pastries*:

#### **Visi**

“Menjadi toko kue unggulan di daerah Garut pada tahun 2025”

### **Misi**

- a. Mengembangkan inovasi dalam bidang *Pastry and Bakery*
- b. Menjaga kualitas dari produk *Pastry and bakery* yang dihasilkan
- c. Mengembangkan fasilitas pelayanan dan tempat yang nyaman bagi konsumen

### **D. Analisis SWOT**

Seorang pengusaha yang ingin memiliki bisnis kuat dan bertahan lama harus memiliki strategi yang kuat dari awal perencanaan bisnisnya. Analisis peluang dan hambatan adalah “Analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”. (Rangkuti:2013:19).

SWOT analisis sangat diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada dalam perusahaan, seperti contoh: strategi promosi dan penempatan produk. Ketika tidak memiliki strategi yang kuat untuk jangka panjang, maka bisnis tersebut dapat dipastikan tidak akan bertahan lama dan akan kalah dengan pesaing-pesaing yang ada. Maka dari itu penulis akan melakukan perencanaan strategis yang dapat mengevaluasi SWOT dari *cake shop* yang akan dibuat:

#### 1. Kekuatan (*strengths*)

Kekuatan internal dari *Mirbai Cake and Pastries* adalah kue yang dijual adalah kue premium, dengan harga yang terjangkau yang dimana jenis kue ini memiliki rasa yang berkualitas dibanding kue-kue lainnya. *Mirbai Cake and pastries* juga menjadi satu-satunya penjual kue premium dengan menggunakan bahan-bahan dan komposisi terbaik. *Mirbai Cake and Pastries* ini juga menyediakan tempat *dine in* untuk bersantai atau berkumpul bersama teman.

*Mirbai cake and pastries* ini memiliki 3 menu andalan yang paling digemari dan pastinya belum banyak yang menjual yaitu *Brownies* , *Tiramisu*, dan *Nutella cookies*. Desain interior *cake shop* ini sangat dapat diandalkan untuk menjadi kekuatan usaha karena, desain yang instagramable dan nyaman untuk dipandang. Penulis mengambil konsep mewah dan klasik untuk desain interior ini. Suasana yang disuguhkan sangat menenangkan hati serta pikiran, dengan dipadu lagu klasik atau *instrument* yang akan membuat konsumen tidak merasa bosan.

## 2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan dari *cake shop* ini adalah ada beberapa bahan kue yang menggunakan *cream cheese* yang tidak mampu bertahan lama tetapi dibalik bahan kue yang mudah rusak kelezatan dari kue premium sendiri yang akan membuat konsumen akan terus membeli bahkan ketagihan.

Selain itu bahan- bahan yang di perlukan masih sulit didapat dan terbilang mahal karena bahan-bahan yang digunakan adalah bahan berkualitas tinggi, dan 80% bukan dari bahan lokal melainkan bahan *import*, sehingga harga kue yang dijual relatif mahal. Kelemahan lainnya penulis akan teliti kembali setelah *cake shop* ini terimplementasikan.

## 3. Peluang (*opportunity*)

Gaya hidup saat ini sangat memberikan peluang karena, banyak konsumen yang tertarik pada hal-hal baru yang belum ada dipasaran, dan banyak juga yang tertarik untuk datang ke *cake shop* untuk bercengkrama dengan teman atau keluarga, terlebih lagi tempat yang strategis di kalangan milenial. Tempat ini akan dibuat instagramable dengan tujuan untuk memenuhi gaya hidup sekarang agar dapat diunggah melalui sosial media mereka agar terlihat *up-to-date*.

Lokasi *cake shop* ini sangat strategis, karena berada di pusat kota, tepatnya 10 meter dari simpang lima Garut. Lokasi ini juga sangat dekat dengan sekolah dari mulai TK hingga Perguruan Tinggi. Lokasi penempatan *cake shop* ini tidak pernah sepi dan pastinya belum ada pesaing serupa disekitar. Maka dari itu, hal ini akan menjadi peluang besar, bahkan di kota Garut pun belum ada yang menjual kue dan roti yang bisa makan di tempat. *cake shop* ini juga menyediakan layanan *birthday cake* yang bisa dirayakan di tempat.

#### 4. Ancaman (*threats*)

Setiap bisnis pasti memiliki ancaman yang terlihat maupun yang belum terlihat. Ancaman *cake shop* ini adalah sudah adanya *cake shop* yang lebih ternama, tetapi ancaman ini tidak begitu berarti dikarenakan *cake shop* ini berbeda konsepnya karena lebih mengutamakan tampilan dari pada rasa dan di lengkapi jajanan pasar, *snack*, dan kue tradisional.

Penulis melihat pesaing-pesaing yang berada di sekitar Kota Garut, yang memiliki konsep serupa, baik dari segi jenis usaha maupun jenis produk, yang dimana sangat memungkinkan menjadi ancaman.

**Tabel 4 Daftar Toko Pesaing *Mirbai Cake And Pastries***

No	Nama Toko Kue	Jenis Produk	Alamat
1.	Elma patisserie	<i>Cake, Birthday Cake, Kue kering, Roti, Pastry</i>	Jl Cimanuk 143
2.	Roemah Keik	<i>Cake, Birthday Cake, Kue kering, Roti, Dessert Box</i>	Jl Pasar Baru 109, Garut Kota
3.	Larissa	Jajanan Pasar, <i>Birthday Cake, Brownies, Roti, Pastry, Makanan Ringan.</i>	Ruko IBC Garut Kota
4.	New Golden Roses Bakery	Kue kering, <i>Birthday Cake</i>	Garut Regency

Tabel 4 (lanjutan)

5.	Roseberry	Jajanan Pasar, <i>Birthday Cake</i> , Brownies, Roti, <i>Pastry</i> , Makanan Ringan.	Jl Merdeka
6.	Mamono	<i>Birthday Cake</i> , <i>Wedding Cake</i> , Kue Kering, Roti	Jl Semarang Hampor

Sumber: Olahan penulis, 2020.

Pesaing-pesaing di atas sudah pernah penulis kunjungi dan sudah dirasakan juga produk-produknya. Dengan adanya pesaing di atas penulis tentunya memiliki keunikan lain untuk *cake shop* ini dimana penulis berencana untuk menjual kue yang menyediakan tempat makan serta minuman sebagai pelengkap, yang dimana belum ada di kota Garut. Menurut penulis hal inilah yang dapat menjadi daya tarik lebih untuk konsumen.

### E. Spesifikasi Produk

Untuk memenuhi tujuan dalam membuat sebuah *cake shop* pengelola haruslah menjual produk-produk yang akan disajikan kepada konsumen. Menurut (Moekijat:200:488) menyatakan bahwa “*selling* melakukan penjualan ialah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.” Dalam teori tersebut penulis menyimpulkan bahwa penjual harus menyediakan produk yang akan dijual demi memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyesuaikan harga agar penjual dan konsumen saling mendapat keuntungan.

Produk yang akan disediakan dalam pejualan *Mirbai cake and Pastries* memiliki beberapa menu beragam seperti: berbagai jenis *dessert box*, *pastries*, *Brownies*, *Cookies*,

*Birthday cake*, kue yang dijual ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan kue yang dijual pada umumnya, yang tentunya diolah dari bahan berkualitas tinggi.

Penulis memilih untuk membuka usaha yang menjual kue ini karena belum ada yang menjual dengan mementingkan rasa dan kualitas dari kue dan roti tersebut, Selain menyediakan kue dan roti yang dapat dimakan di tempat tentunya cake shop ini menyediakan Produk minuman sebagai pelengkap namun tetap saja yang lebih ditonjolkan adalah kuenya. Minuman yang akan dijual *mirbai cake and pastries* seperti: minuman teh, kopi, dan produk minuman yang sudah dikemas dan diolah. Berikut merupakan menu yang ditawarkan di *Mirbai cake and pastries*:

**Tabel 5 Jenis Produk Kue *Mirbai Cake and pastries***

No	Nama Produk	Spesifikasi
1.	Brownies	Jenis Makanan: <i>Snack</i>
		Ukuran: 22 cm x 10 cm
		Rasa : Cokelat
		Topping: Keju, Oreo, Almond, <i>Chocolate Silverqueen, Cadbury</i>
2.	<i>Dessert Box</i>	Jenis Makanan: <i>Dessert</i>
		Ukuran box: 10 cm x 10 cm
		Rasa: <i>Green tea, Tiramisu, Choco Oreo, redvelvet,</i>
3.	<i>Soft Cookies</i>	Jenis Makanan: <i>Cookies</i>
		Ukuran : diameter 8 cm x 8 cm
		Rasa: Original, <i>Nutella Cookies,</i>
4.	<i>Whole cake</i>	Jenis Makanan: <i>Pastries</i>
		Ukuran: 20 cm x 20 cm
		Rasa: <i>Cheese Cake, Matcha Velvet, Tiramisu, Redvelvet, Chocolate cake</i>
5.	Croissant	Jenis Makanan: <i>pastries</i>
		Ukuran : 12 cm x 12 cm
		Rasa: <i>Original, Chocolate</i>

Sumber: Olahan

Tabel 5 (lanjutan)

penulis, 2020.

**Tabel 6 Jenis Produk**

**Minuman *Mirbai Cake and pastries***

No	Jenis Minuman	Nama Produk
1.	<i>Coffee</i>	<i>Mocachino (hot/ice)</i>
		<i>Americano (hot/ice)</i>
		<i>Caramel Latte (hot/ice)</i>
		<i>Coffee Latte (hot/ice)</i>
2.	<i>Non Coffee</i>	<i>Tea (hot/ice)</i>
		<i>Lemon Tea (hot/ice)</i>
		<i>Ice Lechy Tea</i>
		<i>Matcha Latte (hot/ice)</i>
		<i>Ice Raspberry Yakult</i>
		<i>Ice Lechy Yakult</i>

Sumber: Olahan penulis, 2020.