

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bogor merupakan sebuah kota yang berdekatan dengan Ibu Kota Jakarta, berbatasan dengan Kota Depok, dan juga Kabupaten Bogor, sehingga Bogor masuk kedalam kawasan metropolitan Jakarta yaitu Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) Bogor sendiri mempunyai populasi penduduk yang cukup padat yaitu 1,096,828 penduduk menurut data pada tahun 2018. Penduduk Kota Bogor bisa meningkat dengan rata-rata laju pertumbuhan sebanyak 1,53 persen per-tahunnya. Di lansir dari catatan yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kota Bogor, mengumumkan terjadinya lonjakan jumlah wisatawan yang berkunjung selama tahun 2019 lalu. Kenaikannya bahkan cukup signifikan sama seperti tahun-tahun sebelumnya. Dari total jumlah wisatawan sebanyak 9.160.885 pengunjung dan dimana untuk wisatawan nusantara yang masih tetap mendominasi dengan jumlahnya sebanyak 8.709.412 pengunjung. Sementara untuk wisatawan mancanegara jumlah sisanya, yaitu 451.473 pengunjung. Maka dari itu, semakin berkembangnya penduduk semakin pesat bertambahnya jumlah *Café*, *Coffee Shop*, hingga *Restaurant* hingga bidang usaha makanan dan minuman lainnya di Kota Bogor. Karena para wirausahawan melihat ini adalah sebagai peluang bisnis yang tinggi.

Dilihat dari segi bidang kulinernya sendiri, menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat tercatat pada tahun 2013 Kota Bogor sudah memiliki 130 unit restoran, dan pada tahun 2016 bertambah menjadi 162 unit restoran. Jika dilihat dari

bertambahnya jumlah restoran dari tahun ke tahun, maka hal ini tentunya semakin membuktikan bahwa adanya ketertarikan pengunjung untuk mengunjungi Kota Bogor sebagai destinasi pariwisata khususnya dalam bidang kuliner. Seperti saat ini contohnya beberapa restoran terbaru atau belum lama beroperasi yaitu *Weekend.ers* yang memamerkan desain tempat yang unik dan elegan, lalu *Medja Restaurant* yang menawarkan menu *a'la carte* yang didominasi dengan makanan-makanan khas Indonesia, dan *Adamar Asian Bistro* yang sudah beroperasi kurang lebih 3 tahun, sangat jarangunya restoran di Kota Bogor yang menawarkan *Alcoholic Beverage* maka konsep restoran ini memfokuskan dalam menjual minuman tersebut seperti, *Soju, Wine, Cocktail* ,dsb. Tidak hanya itu banyak masyarakat yang tertarik untuk menikmati makan malamnya atau menikmati akhir pekan bersama kerabat, pasangan, atau keluarga, di restoran ini.

Pengertian Restoran sendiri, menurut Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No.11 Tahun 2014 Pasal 1 Ayat (2) yaitu “Usaha restoran adalah usaha penyediaan 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/atau laba.” dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa restoran sebagai penyediaan jasa makanan dan minuman juga berperan penting dalam perkembangan industri pariwisata di Indonesia.

Menurut Subakti (2014), “Restoran adalah salah satu sarana untuk melaksanakan *food service industry* atau melalui bagian dari akomodasi pariwisata yang berperan memenuhi kebutuhan wisatawan atau *customer*”. Restoran adalah

sebuah tempat yang memberikan layanan dalam produk makanan, artinya sebuah tempat dikategorikan sebagai restoran ketika tempat tersebut terdapat proses penyediaan menu makanan, juga layanan yang merupakan bagian bagi pengunjung atau konsumen yang datang.

Menurut Ninemeier dan Hayes (2006), “Restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan / minuman kepada individu - individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil.” Jika dilihat dari tiga pengertian diatas penulis mengartikan bahwa restoran merupakan suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman, serta jasa yang di berikan agar memenuhi suatu kebutuhan. Restoran itu sendiri memiliki berbagai jenisnya, mulai dari *Buffet* atau prasmanan , *fast food*, *food truck*, dan salah satunya adalah *Fine Dining Restaurant*.

Menurut penulis sendiri, *Semi Fine Dining Restaurant* merupakan suatu konsep restoran yang pada umumnya lebih menjanjikan produk yang akan dijual seperti makanan dan minuman dengan harga yang lebih terjangkau namun dengan kualitas yang tinggi, pelayanan yang akan diberikan kepada tamu pun tidak kalah dengan restoran kelas atas, hingga fasilitas atau suasana yang ditawarkan juga diharapkan memiliki kesetaraan dengan *Fine Dining Restaurant* pada umumnya.

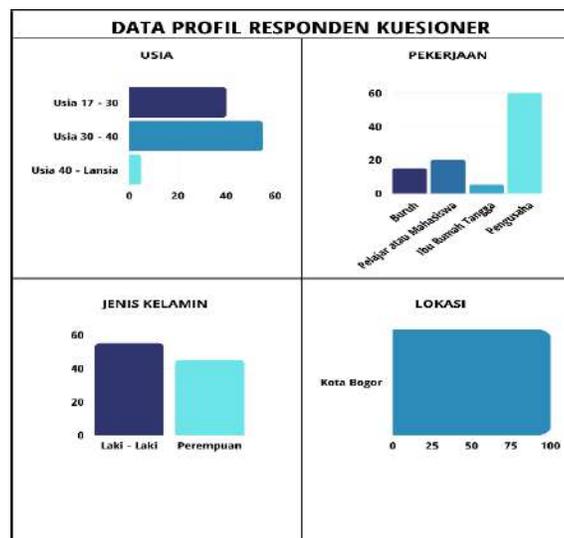
Melalui penjelasan yang telah dijabarkan sebelumnya, konsep restoran *Semi Fine Dining Restaurant* ini masih bisa dikatakan minim sekali di Kota Bogor. Maka strategi yang kuat dari penulis yaitu, menjual dan menawarkan produk makanan dan minuman dengan kualitas tinggi namun dengan harga yang lebih terjangkau dari

Fine Dining Restaurant pada umumnya yang mengeluarkan biaya yang relatif mahal. Sehingga diharapkan dapat mengedukasikan masyarakat dengan cara yang eksklusif namun dengan pengalaman yang berbeda dan adanya potensi atau ketertarikan yang lebih kuat kepada masyarakat dan wisatawan kelas menengah hingga ke atas untuk bersantap di *Semi Fine Dining Restaurant* ini, dikarenakan pengeluaran bersantap makan yang lebih terjangkau.

Menurut Dewa Ktut Sukardi (1983), pengertian kuesioner adalah suatu bentuk teknik alam pengumpulan data yang dilakukan pada metode penelitian dengan tidak perlu/wajib memerlukan kedatangan langsung dari sumber data. Dalam perencanaan bisnis restoran *Semi Fine Dining* ini penulis telah melakukan penelitian salah satunya dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui aplikasi *Google Form* kepada sebagian besar masyarakat Kota Bogor yang didominasi dari remaja hingga dewasa. Berikut gambar hasil data profil responden dan tabel hasil penelitian kuesioner tersebut:

GAMBAR 1.1

DATA PROFIL RESPONDEN KUESIONER



Sumber: Observasi dan Desain Penulis, 2021.

TABEL 1.1

DATA PERMINTAAN KONSUMEN

N=100

No	Pernyataan	Tanggapan	
		Ya	Tidak
1	Responden telah mengetahui dan mengunjungi restoran dengan konsep <i>Semi Fine Dining / Casual Dining</i> .	88	12
2	Responden menyukai suatu tempat makan yang memiliki desain minimalis.	100	0
3	Responden tertarik mencoba suatu produk makanan Indonesia yang unik atau belum pernah di-rasakan sebelumnya.	96	4
4	Responden tertarik mengunjungi <i>cafe/restoran</i> yang baru beroperasi.	92	8
5	Responden tertarik untuk menikmati suatu hidangan makanan di restoran <i>Semi Fine Dining / Casual Dining</i> , dilengkapi desain tempat yang minimalis dengan harga yang di tawarkan berkisar ± 500 ribu rupiah untuk 1 Set Makanan (<i>Appetizer, Soup, Main Course, Dessert</i>)	82	18

Sumber: Observasi Penulis, 2021.

Berdasarkan pada Tabel 1.1 dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 masyarakat dapat disimpulkan bahwa:

- 88 responden telah mengetahui dan mengunjungi *Semi Fine Dining Restaurant* atau *Casual Dining* dan 12 diantaranya belum pernah.
- 100 responden menyukai desain tempat makan yang minimalis.
- 96 responden tertarik untuk mencoba suatu produk makanan Indonesia yang unik dan 4 diantaranya tidak tertarik.

- 92 responden tertarik mengunjungi atau mencoba suatu restoran, *coffee shop* ataupun *café* yang baru beroperasi atau baru saja buka dan 8 diantaranya tidak tertarik.
- 82 responden tertarik untuk menikmati suatu hidangan makanan di restoran Semi *Fine Dining* dengan desain tempat yang minimalis dan harga yang ditawarkan berkisar 500 ribu rupiah untuk satu *set menu*, dan 18 diantaranya tidak tertarik.

Kesimpulan dari data permintaan konsumen pada kuesioner ini adalah banyak masyarakat dari kalangan remaja hingga dewasa ini tertarik dengan suatu produk makanan Indonesia yang unik, menyukai desain tempat makan yang minimalis (*Instagrammable*) atau mengikuti tren dan sebagian besar tertarik untuk mencoba suatu restoran yang baru buka dan beroperasi, dengan harga yang ditawarkan berkisar 500 ribu untuk satu *set menu* (*Appetizer, Soup, Main Course, Dessert*) dengan tujuan memperkenalkan berbagai produk *set menu* yang umumnya jarang ditemui atau belum dikenal di Kota Bogor dan juga minimnya restoran dengan konsep Semi *Fine Dining* di Kota Bogor sendiri, tidak hanya itu Kota Bogor sangat berdampingan dengan kota- kota besar khususnya Ibu Kota Jakarta yang tentunya dapat disimpulkan menjadi peluang yang baik dan besar untuk menawarkan, menjual, memasarkan produk tersebut. maka dari itu penulis melihat ini sebagai peluang yang baik dan bagus untuk membuat: **“PERENCANAAN BISNIS SEMI FINE DINING NOORI RESTAURANT DI KOTA BOGOR”**.

TABEL 1.2

BISNIS MODEL CANVAS (BMC)

NOORI RESTAURANT

Bussiness Model Canvas				
<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyewa Bangunan. • Desainer tempat. • <i>Supplier</i> • Pemerintah Daerah. • <i>Online Delivery.</i> 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan menu yang dapat dinikmati seluruh masyarakat. • Memberikan pelayanan yang luar biasa. • Menciptakan bahan dari produk yang berkualitas. 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan produk makanan dengan kualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau. • Menciptakan suasana restoran sekelas <i>Fine Dining.</i> • Desain tempat yang mengikuti <i>trend.</i> 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promosi dan diskon pada metode pembayaran tertentu. • Memberi <i>gift voucher</i> dengan minimal pembelian. <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Social media (Instagram).</i> • <i>Customer testimony (mouth to mouth).</i> • <i>Shoopee food, Grab food, Go-food (Pada waktu tertentu / Opsional).</i> 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengusaha atau sudah berpenghasilan. • Penyuka hidangan set-menu. • Masyarakat kelas menengah hingga ke atas.
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Rental Cost.</i> • <i>Overhead Cost.</i> • <i>Labor Cost.</i> • <i>Material Cost.</i> • <i>Marketing Cost.</i> 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily sales.</i> • <i>Product sales.</i> 		

Sumber: Olahan dan Desain Penulis, 2021.

B. Gambaran Umum Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

Menurut Steinfeld (1979), *Business is an institution which produces goods and services demanded by people.*” Artinya bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Dalam memulai sebuah bisnis kuliner yang akan dijalankan tentu ada beberapa aspek yang harus di perhatikan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Modal awal usaha
2. Lokasi usaha
3. Harga yang ditawarkan
4. Menu andalan
5. Pemasok bahan baku
6. Sumber daya manusia (SDM)
7. Target pemasaran
8. Promosi yang tepat
9. Perizinan usaha

Pada umumnya dalam menjalankan bisnis usaha yang baru berjalan akan memfokuskan target pasar menengah hingga bawah. Bicara restoran kelas *Fine Dining* sendiri biasanya memiliki harga yang cukup tinggi untuk sekali menikmati hidanganannya maka tidak heran banyak masyarakat yang memilih bersantap makan di restoran biasa atau bahkan kaki lima agar sesuai dengan harga yang diharapkan. Maka dari itu penulis, ingin membuat suatu restoran se-kelas *Fine Dining*

Restaurant dengan harga yang lebih terjangkau. Pemilihan Konsep *Semi Fine Dining Restaurant* ini agar harga yang dijual nantinya dapat terjangkau oleh masyarakat khususnya untuk masyarakat Kota Bogor sehingga rencana yang ingin difokuskan kepada konsumen yaitu desain tempat yang minimalis atau layak dikatakan *Instagrammable*, produk makanan minuman kualitas tinggi dalam bentuk *set menu* yang terdiri dari *Appetizer, Soup, Main Course*, hingga *Dessert* dengan harga yang terjangkau dikalangan masyarakat hingga pemilihan lokasi yang strategis. Dengan harapan dapat memiliki perbedaan yang signifikan dari *Semi Fine Dining Restaurant* ini.

- **Deskripsi Logo dan Nama**

Dalam membuat bisnis usaha baru tentunya akan diperlukan sebuah Logo dan Nama dari usaha yang akan dijalankan tersebut sebagai identitas bisnis. Dengan adanya Logo atau nama tersendiri akan memudahkan konsumen atau pengunjung untuk mengenali bisnis usaha tersebut. Menurut Sularko DKK (2008), di dalam bukunya yang berjudul "*How to They Think*" Logo atau bisa disebut dengan corporate identity atau brand identity adalah sebuah tanda yang dimana secara langsung tidak menjual, melainkan memberi suatu identitas yang pada akhirnya akan menjadi sebuah alat pemasaran yang signifikan, dan logo nantinya akan mampu dan juga membantu membedakan suatu produk atau jasa dari pesaingnya.

Dengan bisnis yang rencananya di beri nama "*Noori Restaurant*" dengan motto yaitu "*a Dining Experience you won't forget*". *Noori* berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti *light, luminous, shining, brightness*. Sehingga diharapkan dapat memberikan cahaya yang baik bagi semua orang termasuk pekerja maupun

pengunjung, dan diharapkan menjadi pengalaman yang selalu bersinar atau tidak akan terlupakan oleh para pengunjung. Penulis juga memilih nama *Noori Restaurant* ini karena agar dapat diingat dan diucapkan oleh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kota Bogor. Dengan motto “*a Dining Experience you won't forget*” menjelaskan bahwa pengunjung diharapkan menikmati pengalaman bersantap makan yang berkualitas, terjangkau, dan tidak terlupakan. Logo merupakan hak cipta sehingga tidak dapat ditiru atau diambil dari bisnis lain berikut adalah desain logo untuk “*Noori Restaurant*”:

GAMBAR 1.2

LOGO NOORI RESTAURANT



Sumber: Desain Penulis, 2021.

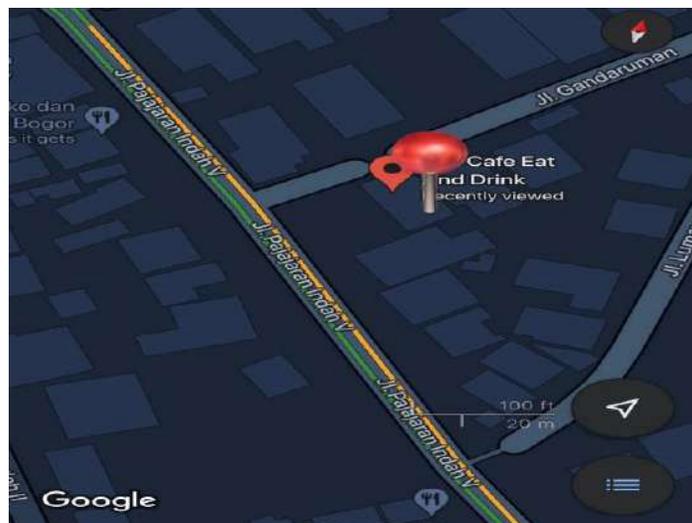
Dari sebuah logo yang tertera pada Gambar 1.2 penulis memilih latar belakang berwarna putih yang memiliki arti kebersihan, cahaya, penerangan, sesuai dengan arti dari nama “Noori” itu sendiri. Pada kedua tulisan berwarna hitam akan membawa kesan elegan, klasik, kepuasan, dan kekuatan. Pada gambar kedua gelas *white wine* yang sedang bersulang memiliki maksud untuk sebagai tanda hormat, harapan, semangat tinggi, dan rasa kagum. Penulis membuat logo ini dengan desain yang simpel dan elegan agar nyaman dilihat dan ingat oleh para pengunjung.

- **Identitas Bisnis**

Salah satu keberhasilan dalam bisnis usaha yaitu pemilihan lokasi yang tepat. Secara umum, dalam pemilihan lokasi usaha yang strategis bertujuan untuk memudahkan jangkauan target pasar, memaksimalkan proses produksi dari kegiatan atau aktivitas ekonomi yang dilakukan untuk memaksimalkan peluang untuk mendapatkan laba setinggi-tingginya dengan memperhatikan pasar dan jenis bisnis yang akan di dirikan. Rencananya, lokasi dari Semi *Fine Dining Restaurant* Noori *Restaurant* ini akan berlokasi di Jalan Pajajaran V No.25, RT01/RW14, Baranangsiang, Kec. Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat, Indonesia, 16143. Di karenakan, jalan dan daerah ini sangat terkenal dengan daerah kuliner di Kota Bogor, terletak di jantung Kota Bogor dan juga jalur yang dilalui adalah 2 jalur lambat, sehingga diharapkan adanya ketertarikan yang lebih dari masyarakat untuk mencobanya.

GAMBAR 1.3

RENCANA LOKASI NOORI RESTAURANT BERDASARKAN PETA



Sumber: Google Maps, 2021.

GAMBAR 1.4

RENCANA LOKASI BERDASARKAN BENTUK TEMPAT



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021.

C. Visi dan Misi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), visi merupakan pandangan atau wawasan ke depan, sedangkan misi merupakan tugas yang dirasakan orang sebagai suatu kewajiban untuk melakukannya demi agama, ideologi, patriotisme, dsb. Setiap bisnis usaha yang akan didirikan pastinya harus mempunyai target atau tujuan, agar terciptanya kepuasan yang diharapkan. Berikut penulis jabarkan Visi dan Misi dari Noori *Restaurant*:

- Visi

Menjadi restoran sekelas *Fine Dining* , dengan menawarkan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat.

- Misi

1. Mengutamakan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung.
2. Menjadikan pengalaman makan di restoran yang tidak akan dilupakan oleh para pengunjung
3. Mampu menyajikan 4 *Set menu* yang bervariasi sebagai *Menu Cycle*.
4. Menciptakan lapangan pekerjaan khususnya dibidang pariwisata untuk masyarakat Kota Bogor.
5. Mengangkat makanan Indonesia dengan kelas yang elegan.

D. SWOT Analysis

Dalam perencanaan atau menjalankan suatu bisnis usaha, pelaku usaha bisnis tersebut harus mempunyai pikiran yang idealis dan didukung dengan ide, inovasi, konsep, hingga strategi yang baik dengan menganalisa 4 faktor (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dari perencanaan bisnis yang akan dijalankan. Analisis SWOT merupakan suatu strategi yang bertujuan untuk mencermati suatu kasus sehingga dapat memberikan kesimpulan dari solusi dari kasus tersebut. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

Menurut Freddy (2013), analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman

(*Threats*). Berdasarkan penjelasan diatas, penulis telah mengevaluasi dan menyusun Analisis Swot dalam Perencanaan Bisnis Semi *Fine Dining* Noori Restaurant Di Kota Bogor adalah sebagai berikut:

GAMBAR 1.5

SWOT ANALYSIS TERHADAP NOORI RESTAURANT



Sumber: Olahan dan Desain Penulis, 2021.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Dalam perencanaan dalam membuka suatu bisnis usaha pastinya akan ada produk yang diunggulkan dan ditawarkan kepada para calon pengunjung atau pembeli. Penulis ingin menawarkan 4 *set menu* yang terdiri dari menu *Indonesian*, *Continental*, *Oriental*, dan *Vegetarian*. *Set menu* ini nantinya akan menjadi *menu cycle*, agar adanya perbedaan setiap harinya dan banyaknya pilihan kepada para calon pengunjung agar tidak merasa bosan terhadap produk yang ditawarkan Untuk penyajian secara *dine-in* menggunakan *elaborate set-up* pada table. Berikut penulis jabarkan *set menu* tersebut:

Indonesian

- Gado-gado
- Buntut Bakar
- 3 Selection of Skewers (Chicken, Beef, Fish) with accompanied side dish (French Fries, Salad, Steam Rice) and Sambal (Sambal matah, Kecombang, Mangga, Colo-Colo, Balado, Rica-rica, Terasi)
- Bolu Talas Bogor

Oriental

- Tempura udang
- Mushroom Cream Soup
- Nasi Hainan with 3 Selection of Meats (Beef or Chicken) with Sauces (Barbeque sauce, Oyster sauce, Natural Jus, Black Pepper, Sweet and Sour Sauce)
- Noori Tiramisu

Continental

- Caesar Salad
- Moringa Soup
- 3 Selection of Pastas (Penne, Spaghetti, Fettucine) with Sauce (Marinara, Carbonara, Bolognese)
- Cheese Cake of the Day (Chocolate, Blueberry, Strawberry)

Vegetarian

- Baby Jagung
- Pumpkin Soup
- Vegetarian Fried Rice with Tofu
- Fruit Platter

Dengan produk *item* yang akan difokuskan penawarannya yaitu 3 *Selection of Skewers* (Sate) yang terdapat pada *main course set menu* Indonesia, sate ini akan berbeda dari sate pada umumnya yaitu desain *plating* yang unik agar menjadi sorotan, penulis berencana untuk mengangkat makanan Indonesia dengan inovasi baru. Dari segi jasa sendiri, dengan motto yaitu “*a Dining Experience you won’t forget*”, tentunya penulis ingin berencana untuk memaksimalkan dan memfokuskan dalam segi pelayanan yang (*unexpected service*) atau pelayanan yang tak terduga, baik, dan tidak terlupakan oleh para pengunjung. Untuk memaksimalkan hal ini tentunya penulis juga berencana untuk memberikan pelatihan-pelatihan atau *training* kepada para calon pekerja, agar menjadi bekal yang harus ditaati dan dijalankan pada saat operasional restoran Semi *Fine Dining* Noori Restaurant ini.

F. Jenis / Badan Usaha

Untuk merencanakan suatu bisnis, pelaku usaha harus menentukan jenis badan usaha yang akan digunakan untuk bisnis usahanya tersebut. Setiap jenis badan usaha pastinya memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri, menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan terhadap bisnis yang akan dibuat. Menurut Zaeni Asyhadie dalam buku berjudul *Hukum Bisnis Prinsip dan pelaksanaan di Indonesia* (2005), menyebutkan Badan Usaha adalah suatu kesatuan yuridis ekonomi yang mendirikan usaha dengan sifat tetap, terus-menerus, dan berkedudukan di wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Terdapat pula, berbagai jenis badan usaha, diantaranya Perusahaan Perseorangan, Firma, CV (Persekutuan Komanditer), PT (Perseroan Terbatas), Persero, Perusahaan Daerah, Perusahaan Negara Umum, Perusahaan Negara Jawatan, Koperasi, dan Yayasan. Pada setiap jenis badan usaha pasti akan ada kelebihan dan kekurangannya tersendiri, maka pelaku usaha harus memutuskan jenis badan usaha yang cocok.

Maka, penulis memilih jenis badan usaha untuk Noori *Restaurant* ini adalah Perusahaan Perseorangan. Menurut Basswasta (2002), menjelaskan Perusahaan Perseorangan adalah sebuah perusahaan yang dimiliki secara perorangan dan pemilik usaha bertanggung jawab secara penuh terhadap semua resiko dan aktivitas dalam perusahaan tersebut. Agar lebih mudah ditangani dan dijalankan, penulis berencana untuk usaha ini hanya dikelola dan dikembangkan oleh diri sendiri dan keluarga sehingga tidak melibatkan pihak lain dalam hal kepemilikan usaha. Berikut adalah prosedur atau syarat dalam membuat Perusahaan Perseorangan:

- Akta Pendirian Pemilik.
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU)/ Izin Gangguan (HO).
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Pemilik.
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP) (Sekarang diganti menjadi Nomor Induk Berusaha).

G. Aspek Legalitas

Dalam menjalankan suatu bisnis usaha pastinya diinginkan kelancaran dan keberhasilan dan tentunya menjadi harapan dari pemilik maupun pekerja dari usaha tersebut. Menurut sumber yang didapat Aspek Legalitas Bisnis adalah tanda sah berdirinya sebuah bisnis atau dalam definisinya adalah suatu organisasi yang menjual atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapat laba. Berikut adalah Dokumen Legalitas yang harus disiapkan dalam membuka usaha Noori *Restaurant*:

- Izin Gangguan (HO).
- Surat Pengantar dari kelurahan dan kecamatan.
- Sertifikat Tanah.
- Surat Izin Usaha Perdagangan.
- Fotokopi KTP pemilik usaha.
- 2 lembar pas foto 3x4 pemilik usaha.