

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bandung adalah kota metropolitan terbesar di Jawa Barat, sekaligus menjadi Ibu kota dalam provinsi tersebut. Selain menjadi kota metropolitan terbesar di Jawa Barat, Bandung juga masuk kedalam daftar metropolitan terbesar ketiga di Negara Indonesia setelah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) dan Gerbangkertosusila. Secara geografis, kota Bandung terletak di tengah-tengah Provinsi Jawa Barat, dikelilingi pegunungan, dan berada pada ketinggian sekitar 768mdpl dengan titik tertinggi berada di sebelah utara. Terpaut jarak 140km sebelah tenggara kota Jakarta, kota Bandung tidak kalah ramai dan sibuknya dengan Ibu kota Jakarta.

Masyarakat kota Bandung sangat disibukkan dengan berbagai aktivitas pekerjaan, studi, sampai destinasi dan kuliner. Di jaman sekarang ini, terutama dengan adanya pandemi Covid -19 yang sedang melanda, masyarakat disulitkan dengan berbagai hal, pembatasan-pembatasan, dan perubahan-perubahan peraturan yang harus dilakukan sesuai dengan ketentuan yang dibuat dan dianjurkan oleh pemerintah. Dalam menjalani kehidupan sehari-hari pun banyak hal yang berubah dari kebiasaan yang biasa dilakukan masyarakat.

Adanya larangan-larangan untuk berkerumun dan mengadakan acara seperti ulang tahun sampai dengan acara pernikahan yang sangat amat diperketat untuk mengurangi penyebaran virus korona dan memutus rantai pandemi. Hampir seluruh sektor usaha hancur dan berantakan. Banyak usaha yang akhirnya tidak kuat dan

gulung tikar karena kerugian yang dialami. Akan tetapi, ada beberapa bisnis yang dapat dilakukan dengan cara daring atau menggunakan sistem online. Sekarang ini, masyarakat lebih senang untuk berbelanja atau membeli produk lokal dan online.

Menurut studi Visa yang diangkat dari Kompas.com, studi menemukan bahwa 1 dari 2 orang konsumen di Indonesia menganggap bahwa berbelanja secara online dan membeli produk lokal dianggap lebih murah dan aman dibanding harus melakukan transaksi pembelian di toko dan berbelanja secara offline, khususnya pada saat pandemi seperti yang sekarang sedang terjadi. Selain menghemat biaya transport, masyarakat juga berpendapat bahwa berbelanja melalui sistem online akan menghemat waktu dan mempermudah transaksi walaupun berulang kali melakukan transaksi, karena sistem pembayarannya yang dapat dilakukan online, maka itu tidak akan menjadi masalah karena kemudahan yang ada.

Walaupun hampir seluruh aktivitas dan usaha masyarakat terganggu, manusia tetap membutuhkan konsumsi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Konsumsi tentunya tidak terlepas kaitannya dengan masyarakat. Karena seseorang pasti melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan konsumsi merupakan tindakan untuk melakukan pemakaian barang-barang hasil produksi antara lain seperti makanan, pakaian, rumah, mobil, dan lain sebagainya.

Kegiatan konsumsi terjadi karena adanya proses produksi atau memproduksi. Begitu pula sebaliknya, kegiatan produksi terjadi karena adanya permintaan kebutuhan dari konsumen, maupun adanya peluang yang didapat karena adanya kebutuhan dari konsumen. Salah satu bisnis yang sedang tren dan dapat menjadi peluang dalam masa

pandemi seperti sekarang ini salah satunya adalah dengan memulai usaha berbisnis makanan. Bisnis kuliner adalah salah satu jenis usaha yang dilakukan perorangan atau lebih, maupun badan usaha yang bergerak di bidang makanan.

Bisnis kuliner tergolong dalam bisnis yang mudah dilakukan karena hanya menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman tanpa melalui tahap yang rumit. Menu makanan yang ditawarkan juga sangat menentukan minat beli konsumen. Konsumen akan memilih untuk membeli makanan yang sedikit lebih mahal tapi mengenyangkan dibanding yang kurang lebih memiliki harga yang setara tapi tidak mengenyangkan. Usaha makanan nasi-nasian dengan *topping* lauk dengan harga yang sesuai dan ramah dengan kantong menjadi minat masyarakat.

Menurut Wartawirusaha.com, dalam melaksanakan perencanaan usaha kuliner online, terdapat setidaknya 7 konsep mendasar yang harus diperhatikan untuk kelangsungan usaha, antara lain:

1. Selera

Sesuaikan cita rasa makanan dengan target pasar yang akan dituju. Melakukan survey pasar untuk mengetahui keinginan konsumen di daerah dimana bisnis didirikan dan dilakukan. Hindari untuk menjadi objektif terhadap citarasa produk jualan sendiri. Dan jangan hanya memperhatikan selera dan keinginan diri sendiri. Melainkan sesuaikan dengan mangsa pasar yang ada.

## 2. Gaya Hidup

Makanan sekarang bukanlah sekedar sebagai pemuas rasa lapar, akan tetapi makanan sekarang juga sudah menjadi kebiasaan dan gaya hidup masyarakat.

## 3. Daya beli

Sumber bahan baku, harga produksi, peralatan, keunggulan produk, sampai dengan kemasan terluar dari produk yang dihasilkan harus sangat diperhatikan karena akan menentukan daya beli dan minat beli dari calon konsumen.

## 4. Rencana pemasaran

Sebelum beranjak untuk memutuskan bisnis yang dijalankan, langkah baiknya untuk menganalisa pasar dan gaya pemasaran. Perlu untuk mengadakan diskon saat pertama kali melakukan penjualan sebagai promosi sehingga nantinya akan dapat meningkatkan penjualan.

## 5. Lokasi

Selain produk itu sendiri, lokasi sangat menentukan tingkat penjualan, minat, dan persaingan. Tempat kuliner yang strategis, seperti area pendidikan dan perkantoran akan semakin membuat banyak orang yang melihat, tertarik, dan mencoba untuk membeli produk yang ditawarkan.

## 6. Higienis

Tempat usaha makanan baik itu bagian terdepan yang dapat dilihat oleh konsumen, maupun area belakang yaitu dapur tempat produksi, alat makan, dan kemasan yang akan diberikan kepada konsumen juga harus diperhatikan kebersihan dan higienisnya. Bagaimanapun juga, tempat yang bersih, kemasan, dan peralatan makan yang rapih dan higienis akan meningkatkan kenyamanan dan selera makan dari konsumen.

## 7. Kotak saran

Sediakan kotak saran maupun *contact center* untuk mendapat *feedback* dan mengetahui kekurangan serta kelebihan yang dirasakan oleh konsumen, menjadi lebih interaktif dengan konsumen, sehingga dapat mengurangi kekurangan, dan memaksimalkan penjualan. Membuat social media untuk produk juga diperlukan untuk kontak langsung dengan konsumen dan sebagai laman promosi untuk menaikkan produk yang akan dijual ke publik.

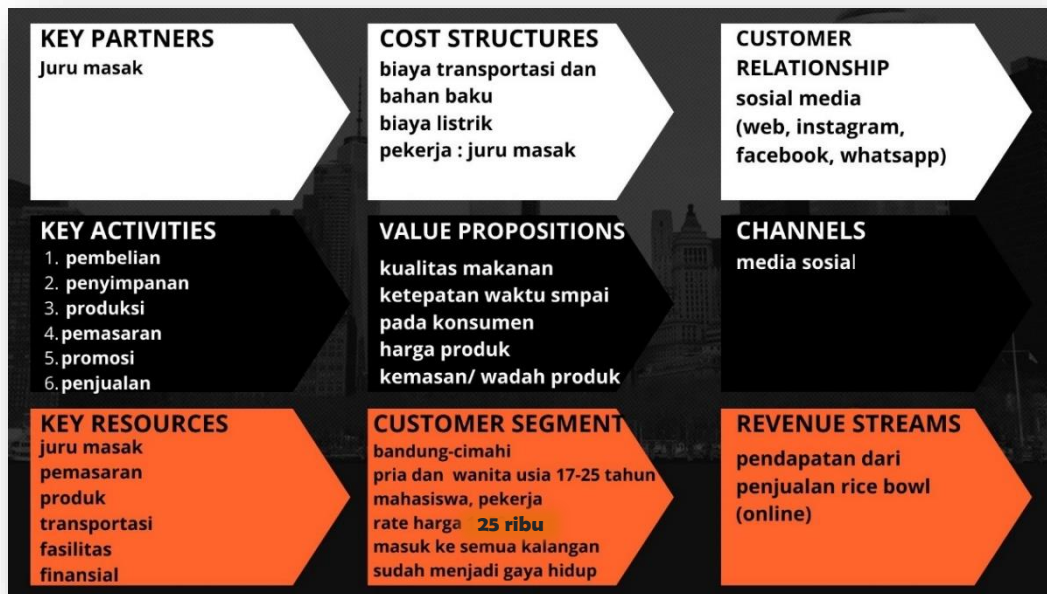
Pemasaran online sudah menjadi aktivitas wajib yang perlu dilakukan seluruh pelaku bisnis. Untuk mendapat hasil yang maximal, pelaku usaha harus melakukan penerapan pada bisnis *digital marketing*. *Digital marketing* menurut Heidrick dan Struggles yaitu pengembangan dari pemasaran *online* melalui web, perangkat *games*, dan telepon genggam. Tujuannya untuk menawarkan akses baru terkait metode promosi dan periklanan yang memiliki pengaruh besar terhadap perhatian dan ketertarikan calon pelanggan. Dengan adanya teori dan

pedoman yang didapat oleh penulis, dengan ini, penulis ingin membuat usulan penelitian dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS ONLINE RICE BOWL DI KOTA BANDUNG.”**

Berdasarkan latar belakang yang dibuat , berikut penulis lampirkan Bisnis Model Canva Perencanaan Bisnis Online Rice bowl di Kota Bandung :

Gambar 1.1

**Gambar BMC penulis**



Sumber : data penulis

## B. Gambaran Umum Bisnis

- Deskripsi Bisnis

Perencanaan bisnis yang akan digarap oleh penulis bergerak dalam bidang kuliner yang berfokus pada menu pilihan nasi yaitu *black rice* dari olahan tinta cumi, *red rice* yang berasal dari olahan beras merah, *yellow rice* yang dibuat dari olahan kunyit, *green rice* yang berasal dari olahan daun pandan, *sundanese herb rice* yaitu nasi dengan olahan rempah-rempah khas sunda dan *steamed rice* yang dihidangkan dengan lauk pilihan yaitu katsu, dengan beberapa pilihan saus antara lain *sweet sauce* untuk konsumen dengan selera manis gurih yaitu olahan saus berbahan dasar tomat dengan cita rasa akhir gurih dan manis, dan *lava sauce* yaitu olahan saus dari bahan tomat dan bumbu rahasia lainnya menggunakan konsep rice bowl dan akan dijual dengan sistem online. Bahan baku yang digunakan adalah daging ayam dan sayur-sayuran yang sudah dapat dipastikan segar dan dengan kualitas yang tidak sembarangan.

Walaupun makanan akan dijual secara online yaitu tanpa tempat untuk *dine in*, pembuatan dilakukan dengan se higienis mungkin tanpa mengurangi kualitas bahan dan pengolahan dalam pembuatan rice bowl tersebut. Juru masak akan menggunakan peralatan masak lengkap seperti *chef head*, *apron*, *gloves*, dan peralatan masak yang bersih dan sesuai.

Rice bowl tersebut akan dijual secara online dengan promosi dan media penjualan melalui media sosial seperti website, instagam, whatsapp, dan line. Pendistribusian produk akan dilakukan dari daerah Bandung barat ke lokasi

konsumen melalui pengantaran oleh ojek online, maupun diantar langsung oleh penjual. Sistem pembayaran dilakukan secara online melalui transfer bank, atau dapat melakukan pembayaran di tempat saat makanan sudah diterima.

- Deskripsi Nama dan Logo

Nama atau identitas bisnis adalah semua perwakilan atau perwujudan media visual dan fisik yang menampilkan suatu jati diri organisasi sehingga dapat membedakan perusahaan tersebut dengan organisasi maupun perusahaan lainnya. Pentingnya merek untuk sebuah produk, tidak hanya untuk mempermudah produk lebih dikenal oleh konsumen, namun juga dapat melindungi produk dari pemalsuan atau penjiplakan pihak lain, dan masih banyak manfaat lainnya.

Pemilihan merek atau nama usaha membutuhkan prioritas dan perhatian lebih dan tidak kalah dengan aspek usaha lainnya. Pemilihan nama yang tidak terlalu rumit tapi tidak pasaran akan membuat produk mudah dikenali dan lebih mudah untuk diingat. Penulis berpikir dan memutuskan untuk mengambil produk dengan nama Monstoro. Monstoro sendiri diambil dari bahasa Esperanto yang berarti Raksasa.

Bahasa Esperanto adalah bahasa buatan yang diciptakan oleh L.L. Zamenhof, dan merupakan bahasa buatan yang banyak diucapkan di seluruh dunia. Nama “Esperanto” adalah nama samaran dari L.L Zamenhof sendiri ketika ia menerbitkan bahasanya pada tahun 1887.



Penulis memilih menggunakan nama Monstoro dengan bayangan dan harapan bahwa bisnis penulis akan membesar seiring berjalannya waktu dan menjadi raksasa dalam penjualan produknya. Dan untuk pemilihan ejaan monstoro, **mons-to-ro** mudah disebutkan dan diingat, maka penulis lebih yakin untuk mengambil nama tersebut sebagai identitas produk dan brandnya sendiri.

Logo adalah bentuk identitas atas suatu entitas kepada masyarakat umum. Untuk itu, suatu logo harus menggambarkan karakteristik suatu organisasi atau produk yang mewakilinya. Agar nantinya masyarakat akan dapat mengingat dan mengenal suatu logo yang mewakili entitas tersebut.

Kata logo diambil dari kata *logotype* yang mulanya digunakan pada tahun 1810 sampai tahun 1840, yang memiliki arti sebuah nama entitas yang dibentuk secara khusus dengan memanfaatkan suatu teknik *lettering* atau menggunakan jenis huruf tertentu yang menarik. Pada mulanya, *logotype* dibuat hanya dengan memanfaatkan suatu elemen tulisan saja.

Pada perkembangannya, logo dibuat semakin kreatif yang menggabungkan beberapa elemen, seperti gambar, sketsa, dan lain-lain. Biasanya suatu logo mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. Selain itu, tiap bentuk logo juga harus memiliki ciri khas tersendiri untuk membedakan dengan logo lainnya baik dari segi bentuk, pemilihan gaya huruf, dan warna.

Penulis menciptakan logo sebagai berikut :

Gambar 1.2

**Logo Monstoro**



**Sumber : data penulis**

Filosofi dari logo yang penulis ciptakan antara lain :

- Tulisan **RICE BOWL** : Sebagai penjelasan produk yang dijual.
- Gambar semangkuk nasi : Sebagai lambang dan gambaran produk yang dijual
- Tulisan **MONSTORO** : Berarti raksasa, sebagai harapan untuk kemajuan usaha agar menjadi usaha yang kuat dan besar.
- Warna **merah** : Melambangkan semangat, keberanian, mandiri, kuat, dan sebagai dasar serta pondasi usaha bisnis yang dijalankan oleh penulis.

Ini adalah alasan mengapa warna merah dengan tulisan monstoro terletak di bagian bawah pada gambar logo yang diciptakan oleh penulis.

Dengan design yang simple, dan menarik, harapan penulis adalah logo tersebut dapat menjadi gambaran akan produk yang dijual oleh penulis, yaitu simple, harga terjangkau, pemesanan dan pembayaran mudah, dan kualitas produk yang tinggi.

- Identitas Bisnis

Nama usaha : Monstoro

Bidang : Makanan

Alamat : Jl. Pondok Mutiara 1 no.4, Cimahi (40513)

Monstoro menyajikan menu rice bowl yang berorientasi pada menu-menu asia, dengan berbagai macam nasi, disajikan dengan pilihan lauk lengkap dengan telur mata sapi, dipadukan dengan pilihan saus untuk menu tidak pedas, dan untuk menu pedasnya. Selain menunya yang lengkap dan menarik, monstoro juga memiliki kemasan yang efisien dan menarik. Dengan warna wadah berwarna hitam, kesan mewah yang dibawakan dapat tersampaikan, ditambah dengan design logo yang sederhana tapi menarik, menambah daya jual dari produk monstoro tersebut. Setiap pembelian 1 rice bowl, konsumen juga mendapat peralatan makan seperti sendok, garpu, dan tissue sekali pakai untuk menunjang konsumsi pelanggan.

### **C. Visi dan Misi**

Menurut KBBI, visi merupakan serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti sebuah keinginan sekelompok orang atau secara pribadi dengan pandangan yang jauh ke masa depan demi mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Lain halnya dengan misi. Kata misi lebih focus

terhadap langkah-langkah yang akan dilakukan demi mencapai visi yang sudah ditentukan.

Visi yang diterapkan dalam perencanaan usaha bisnis penulis adalah untuk menjadi bisnis rice bowl yang berorientasi serta berbasis inovasi dan kreasi. Dan misi dari usaha bisnis penulis antara lain

- Menciptakan usaha mandiri yang memiliki prospek baik
- Menghasilkan produk yang variatif
- Menciptakan produk yang efisien
- Menciptakan inovasi baru seiring perkembangan jaman

#### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah metode analisa perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan internal maupun eksternal untuk suatu tujuan bisnis tertentu. Analisis SWOT terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang merupakan proses perencanaan yang membantu suatu perusahaan untuk mengatasi tantangan dan menentukan apa yang harus dituju secara keseluruhan.

Dan tujuan utama dari analisis SWOT adalah untuk membantu organisasi mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang terlibat dalam pengambilan keputusan bisnis. Berdasarkan teori SWOT tersebut, penulis menyimpulkan bahwa SWOT dari perencanaan bisnis online rice bowl yang akan dijalankan adalah sebagai berikut:

## **1. Strength**

- a. Kualitas produk yang tinggi
- b. Harga produk yang murah
- c. Transaksi pembelian sangat mudah
- d. Dapat melakukan sistem COD ( Cash on Delivery)
- e. Kemasan/ wadah produk aman dan mewah
- f. Perlengkapan makan lengkap dan higienis (dibungkus plastik)
- g. Pilihan menu beragam dan variatif
- h. Menu unik dan menarik
- i. Admin yang cepat tanggap dalam merespon pelanggan
- j. Pelayanan baik dan mendetail

## **2. Weakness**

- a. Belum bekerjasama dengan ojek online
- b. Mitra dengan pihak luar masih kurang
- c. Hanya melayani pemesanan online
- d. Belum ada tempat untuk *dine-in*
- e. Stok bahan makanan masih belum terlalu besar
- f. Pengembangan usaha masih dalam level bisnis kecil rumahan

## **3. Opportunities**

- a. Dengan menu yang inovatif dan menarik, besar peluang online rice bowl Monstoro untuk menarik minat calon pelanggan, karena di wilayah sekitar Cimahi, Bandung Barat, hingga kota Bandung, belum ada bisnis

online rice bowl yang menawarkan menu sevariatif , lengkap, dan semurah yang ditawarkan oleh Monstoro.

#### **4. Threats**

a. Dengan banyaknya café-café dan bisnis-bisnis makanan baik online maupun offline yang sedang marak dan menjadi tren di kalangan masyarakat sekarang, mengakibatkan banyaknya pesaing usaha makanan sejenis maupun tidak sejenis untuk bisnis online rice bowl ini sendiri. Besar kemungkinan masyarakat akan bingung untuk memilih mana yang akan mereka konsumsi, dan tidak sedikit yang akan memilih untuk membeli produk yang mereka sudah tahu pasti brand dan kualitasnya, sehingga tidak ingin mencoba produk baru yang mereka belum pernah coba dan belum tahu pasti kualitasnya. Persaingan ini akan menggiring penulis sebagai pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan menghasilkan ide baru demi mempertahankan usaha dan tidak kalah dalam persaingan yang ketat.

Dari Analisis SWOT yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha rice bowl oleh Monstoro harus mempertahankan kualitas dan kelebihan yang dimiliki, meningkatkan promosi dan mulai menjalin relasi dan bermitra dengan pihak luar sehingga dapat memperluas pendistribusian yang dapat dilakukan semaksimal mungkin, tetap terus berinovasi dalam penciptaan menu-menu maupun ide baru baik itu untuk rice bowl Monstoro itu sendiri maupun menu lain yang dapat dikembangkan dalam bisnis tersebut, dan bertahan dengan persaingan ketat dengan cara mengadakan promo menarik, mempertahankan kualitas terbaik

dengan harga terbaik, dan meningkatkan promosi supaya produk dapat lebih dikenal dan berkembang lagi.

#### **E. Spesifikasi Produk/ Jasa**

Spesifikasi produk/ jasa menjadi suatu uraian terperinci yang wajib dipenuhi oleh penyedia mengenai persyaratan kinerja produk, seperti kualitas, bahan, metode pembuatan, dan standar kualitas lainnya yang dimiliki oleh produk tersebut. Tujuan dari dibuatnya data spesifikasi produk adalah agar penyedia produk melaksanakan pekerjaannya mencapai produk akhir yang memenuhi keinginan pemilik usaha. Dalam pengadaan produk, spesifikasi berfungsi sebagai :

- a. Media komunikasi antar konsumen dan produsen
- b. Sebagai pedoman menyusun RAB (Rencana Anggaran Biaya) untuk mengajukan penawaran
- c. Menjadi pedoman bagi pengawas (dapat dilakukan oleh pemilik usaha) untuk memonitor kelangsungan usahanya
- d. Menjadi pedoman bagi pemilik usaha untuk dapat bertanggung jawab dengan kualitas produk yang dimilikinya

Rice bowl oleh Monstoro ini memiliki spesifikasi produk sebagai berikut :

- a. Memiliki 6 jenis nasi yang dibuat dengan bahan
- b. Memiliki lauk utama yaitu katsu
- c. Rice bowl dihidangkan spesial dan sepaket dengan telur mata sapi
- d. Konsumen akan dibebaskan untuk memilih varian saus yang diinginkan.

Terdapat 2 jenis saus, manis gurih untuk yang selera tidak pedas, dan saus pedas, dengan resep racikan khas penulis.



Gambar 1.3

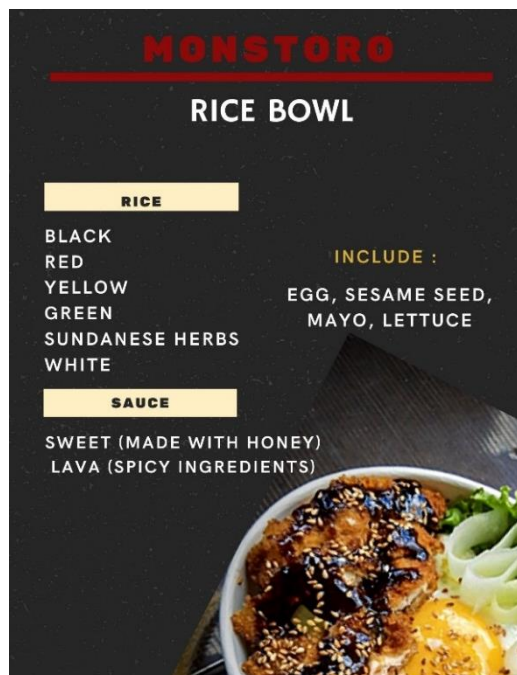
**Wadah kemasan Monstoro**



Sumber : data penulis

Gambar 1.4

**Menu Monstoro**



Sumber : data penulis

## **F. Jenis Badan Usaha**

Badan usaha merupakan kesatuan organisasi yang terdiri dari faktor-faktor produksi yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Badan usaha adalah rumah tangga ekonomi yang bertujuan mencari laba dengan faktor produksi. Sebuah usaha bisnis dapat dikatakan berbadan hukum bila memiliki akta pendirian yang disahkan oleh notaris dengan tanda tangan di atas meterai dan segel. Sebelum mendirikan usaha dan memulai operasinya, suatu perusahaan harus memilih bentuk perusahaannya. Pertimbangan yang harus diperhatikan antara lain :

1. Jenis usaha yang akan dilaksanakan (jasa, industri, perdagangan, dan sebagainya.)
2. Jumlah modal usaha yang dimiliki oleh pemilik usaha
3. Rencana pembagian laba/ keuntungan
4. Penentuan tanggung jawab perusahaan
5. Penanggungan resiko yang akan dihadapi
6. Prinsip-prinsip pengawasan yang akan digunakan
7. Jangka waktu berdirinya perusahaan

Dan jenis-jenis badan usaha yang ada yaitu :

### **a. Perusahaan perseorangan**

Usaha yang dilakukan perorangan yang dimiliki oleh seseorang saja

### **b. Firma**

Usaha yang dibangun atas kerjasama 2 orang atau lebih dengan nama dan tujuan bersama

**c. CV**

Persekutuan komanditer. Bentuk perusahaan ini berbentuk perjanjian kerjasama dalam mendirikan usaha antara orang yang bersedia mengatur dan bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya, dengan orang yang hanya menanamkan modalnya saja dalam usaha tersebut, dan tanggung jawab yang dilakukan terbatas pada besar kecilnya modal yang ditanamkan

**d. PT**

Merupakan singkatan dari perseroan terbatas. Badan usaha sekaligus badan hukum yang terdiri dari para pemegang saham dengan tanggung jawab terbatas terhadap utang-utang perusahaan sebesar modal yang mereka tanam

**e. Persero**

Bentuk usaha milik negara. Umumnya persero terjadi dari perusahaan negara yang kemudian diadakan penambahan modal yang ditawarkan pada pihak swasta

**f. Koperasi**

Badan usaha beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan landasan kegiatan berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat dengan asas kekeluargaan. Pengertian di atas tertera dalam Undang-undang no. 25 tahun 1992, sehingga peranan koperasi sangat penting dan berperan aktif dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

Dari teori dasar tersebut, penulis telah menentukan dan memilih untuk mendirikan usaha dengan jenis perseorangan/ usaha mandiri. Penulis memilih untuk membangun usaha secara perseorangan karena beberapa faktor seperti usaha yang masih bisa dan hanya perlu dikendalikan oleh perorangan, modal yang terbilang belum besar, dan memiliki akses untuk mengendalikan usaha tersebut secara pribadi sehingga jenis usaha perorangan yang paling tepat untuk dilakukan penulis saat ini.

#### **G. Aspek legalitas**

Aspek legalitas dalam bidang bisnis adalah tanah sah berdirinya suatu bisnis. Ada beberapa hal yang wajib diperhatikan oleh pemilik usaha dalam mengikuti syarat dalam aspek legalitas, antara lain :

1. Melengkapi dokumen perizinan
  - a. Dokumen izin usaha
  - b. Dokumen izin operasional
2. Perihal HKI (Hak Kekayaan Intelektual)
  - a. Hak merek

Hak merek digunakan untuk melindungi nama brand dari suatu produk yang dimiliki. Merek sangat penting untuk dilindungi, karena merek berperan penting yaitu sebagai citra produk. Selain itu, merek juga bernilai ekonomis karena dapat diperdagangkan juga dalam bentuk perjanjian waralaba

b. Hak cipta

Hak eksklusif yang dimiliki oleh pencipta usaha secara otomatis. Pencipta/ pemilik usaha tidak perlu mendaftarkan hak cipta selama penemuan/ produk tersebut murni hasil pemikiran dan usaha penemu itu sendiri

c. Hak paten

Hak ini cocok untuk bidang usaha yang berkaitan dengan penemuan di bidang teknologi

3. Bentuk badan usaha

a. Berbadan hukum

b. Tidak berbadan hukum

4. Bidang perpajakan

Membayar pajak untuk tempat usaha adalah hal yang sangat penting dan wajib untuk dilaksanakan

5. Kontrak

Perhatikan setiap perjanjian yang dilakukan dengan pihak lain baik untuk melakukan ekspansi usaha atau dengan pekerja sendiri

Berikut beberapa legalitas yang harus di penuhi :

- UU no.3 tahun 1982 pasal 1B mengenai Wajib Daftar Perusahaan.
- Peraturan direktorat jendral pajak nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP tentang kepemilikan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)

- Peraturan Presiden no. 80 tahun 2017 tentang pengurus badan pengawas obat dan makanan (BPOM).
- Peraturan Menteri Tenaga Kerja no. PER- 01/MEN/1999 mengenai Upah Minimum Regional (UMR).
- Peraturan Pemerintah (PP) no. 44 tahun 1994 tentang jaminan hukum kepemilikan properti
- UU no. 36 tahun 2009 tentang Kesehatan (uu Kesehatan) tentang pengamanan makanan dan minuman serta izin edar

Jenis usaha penulis yaitu *rice bowl* online memilih untuk menggunakan izin BPOM, Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT), dengan dasar hukum P-IRT UU RI No. 7 Tahun 1996 mengenai Pangan pasal 3 dengan tujuan pengaturan, pembinaan, dan pengawasan pangan untuk terciptanya pangan yang sesuai dengan syarat keamanan, mutu, dan gizi bagi kesehatan manusia, dan spesifikasi halal.