

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Selain terkenal akan wisata belanja (*fashion*) dan wisata alamnya, Bandung juga terkenal sebagai destinasi favorit untuk wisata kuliner. Dari mulai kuliner tradisional hingga kuliner yang sedang *trend* atau kekinian. Jenis usaha kuliner yang sedang ramai ialah usaha kedai, yang mana usaha ini menjual makanan dan minuman sekaligus menyediakan tempat untuk bersantai dalam cakupan tempat yang tergolong lebih kecil dan sederhana daripada sebuah usaha *café*.

Menurut Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, kedai merupakan sebuah tempat atau bangunan yang digunakan sebagai lahan tempat untuk berjualan suatu produk makanan atau minuman. Pada umumnya, produk yang dijual memiliki keunggulan atau keunikan tersendiri, yang menjadikan produk tersebut menu utama. Produk minuman yang dijual biasanya memiliki bahan dasar atau bahan pokok produk yang sama ataupun hampir sama, namun di variasikan agar lebih menarik, dan makanan yang dijual umumnya adalah makanan ringan atau *snack* sebagai pendamping dari minuman yang dijual.

Pada saat ini perkembangan usaha kedai sangatlah pesat. Dilihat dari banyaknya sebuah tempat usaha kuliner disebuah kedai yang terdapat diberbagai penjuru daerah maupun kota. Sebagian besar masyarakat menganggap jika meluangkan waktu untuk sekedar bersantai dan menghilangkan penat dengan cara “nongkrong” adalah sebuah *lifestyle*. Jenis

usaha kedai yang ada di Kota Bandung sangatlah bervariasi, mulai dari kedai yang biasa, sederhana, hingga kedai yang mewah. Meskipun pada umumnya sebuah usaha kedai memiliki ruang usaha yang terbatas dan bisa dibilang sempit, namun banyak pemilik usaha kedai yang mampu membuat menu, konsep, serta desain interior kedai yang menarik.

Hal utama dalam sebuah usaha ialah adanya transaksi penjualan dan pembelian suatu produk untuk mendapatkan keuntungan. Maka dari itu, produk ini lah yang harus menjadi target utama dalam menarik konsumen. Produk yang dijual harus memiliki fungsi dan nilai kualitas yang tinggi agar konsumen puas terhadap apa yang kita jual. Salah satu contoh produk usaha kedai adalah penjualan minuman jamu, yang mana produsen menjual jamu dan konsumen yang membeli produk akan mendapatkan khasiat untuk tubuh setelah mengkonsumsi jamu sesuai dengan kebutuhan. Kebiasaan minum jamu ini sudah ada sejak zaman dahulu kala dari generasi ke generasi sebagai upaya untuk menjaga kesehatan dan dipercaya dapat menyembuhkan penyakit. Masyarakat zaman dahulu percaya jika menggunakan suatu bahan ramuan yang berasal dari alam sekitar untuk mengatasi sebuah penyakit, dapat disebut dengan interaksi positif antara masyarakat dengan lingkungannya sehingga dapat mempengaruhi penyembuhan penyakit secara alamiah.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 003/Menkes/Per/I/2010, Bab 1 Ketentuan Umum – Pasal 1, jamu adalah obat tradisional Indonesia. Obat Tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan

untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Seiring berjalannya perkembangan teknologi dan zaman, jamu sebagai penyembuh penyakit sudah mulai tidak dihiraukan lagi, karena mutu dari obat konvensional (modern) dianggap lebih manjur. Namun, jika jamu sebagai minuman untuk menjaga kesehatan masih dipercaya oleh sebagian besar masyarakat. Salah satu contohnya ada beberapa usaha *café* atau kedai yang memiliki produk jamu sebagai menu utama, namun mereka mem-variasikan produk jamu itu agar semakin menarik, namun tetap mengutamakan manfaat dan khasiatnya.

Berikut merupakan salah satu alasan yang mendukung perencanaan usaha yang ingin penulis buat, dengan mencari dan mengolah pesaing usaha yang berada di sekitar lokasi perencanaan usaha. Setelah melakukan dua hal tersebut, didapatkan data usaha pesaing sebagai berikut;

TABEL 1.1

USAHA PRODUK SEJENIS (LANGSUNG) DI KOTA BANDUNG

No	Nama	Lokasi
1	Toko Jamu Abu Rahma	Jl. Cibaduyut Raya No. 2b, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung
2	Toko Jamu Sidomuncul	Jl. Cibaduyut Lama No. 23, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung

Sumber: Google maps, olahan penulis (2021)

Berdasarkan table diatas, dapat diketahui jika usaha produk sejenis berupa produk jamu yang berada di Kota Bandung (berjarak ± 5 km dari lokasi perencanaan usaha) sangatlah minim. Berdasarkan olahan penulis, terdapat

usaha yang sama yang menjual produk jamu yaitu, Toko Jamu Abu Rahma dan Toko Jamu Sidomuncul. Dari 2 usaha sejenis tersebut, diketahui jika para pemilik usaha menjual produk jamu berupa pil, serbuk, obat oles dan jamu instan yang sudah di kemas dalam botol yang biasanya dibutuhkan untuk pengobatan.

TABEL 1.2

USAHA PRODUK SEJENIS (LANGSUNG) DI KABUPATEN BANDUNG

No	Nama	Lokasi
1	Kedai Jamu Abah	Jl. Terusan Cibaduyut No.117c, Kecamatan Dayeuhkolot, Kab. Bandung

Sumber: Google maps, olahan penulis (2021)

Dari table diatas dapat dilihat jika usaha produk sejenis yang berada di Kabupaten Bandung yang berada di sekitar lokasi perencanaan usaha sangatlah sedikit. Terdapat 1 usaha yaitu Kedai Jamu Abah yang mana menjual produk jamu seperti pada Toko Jamu Abu Rahma dan Toko Jamu Sidomuncul yaitu berupa pil, serbuk, obat oles dan jamu yang sudah dibotolkan.

Dapat disimpulkan, jika dari para pesaing usaha produk sejenis yang ada di sekitar lokasi tempat perencanaan usaha (Kota Bandung dan Kabupaten Bandung) pada umumnya menjual jamu yang memang hanya untuk pengobatan dan tidak menjual minuman jamu modern yang mana dapat dikonsumsi setiap hari dan memiliki variasi tambahan namun tetap mengutamakan khasiat.

TABEL 1.3**USAHA SEJENIS (TIDAK LANGSUNG) DI KOTA BANDUNG**

No	Nama	Lokasi
1	Murbeng Roastery	Jl. Terusan Cibaduyut No. 283, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung
2	Kopi Kenangan	Jl. Cibaduyut Raya No. 142, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung
3	Kedai Kopi C18	Jl. Cibaduyut Raya No. 142 M Square Ruko C18, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung
4	Kedai Ngopnyus	Jl. Cibaduyut Raya No. 218, Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung

Sumber: Google maps, olahan penulis (2021)

Berdasarkan data dari table tersebut, dapat dilihat jika terdapat beberapa usaha kedai atau *café* yang berada di sekitar lokasi perencanaan usaha (Kota Bandung) seperti Murbeng Roastery, Kopi Kenangan, Kedai Kopi C18 dan Kedai Ngopnyus. Usaha kedai dan *café* ini pada umumnya menjual produk utama berbahan dasar kopi dan susu yang divariasikan, dan juga menyediakan makanan ringan atau *snack*.

TABEL 1.4**USAHA SEJENIS (TIDAK LANGSUNG) DI KABUPATEN BANDUNG**

No	Nama	Lokasi
1	Kahvexplore	Jl. Terusan Cibaduyut No. 273, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung

Sumber: Google maps, olahan penulis (2021)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat jika usaha sejenis berupa kedai atau *café* yang berada di sekitar lokasi perencanaan usaha (Kabupaten Bandung) bisa dikatakan sangatlah kurang. Terdapat 1 usaha *café* yaitu Kahvexplore yang mana menjual minuman *coffee based* dan makanan ringan.

Dari data usaha sejenis yang berada di sekitar lokasi tempat perencanaan usaha (Kota Bandung dan Kabupaten Bandung) terdapat beberapa usaha yang sama namun produk tidak sejenis. Kebanyakan dari 5 usaha yang ada menjual produk berupa *milk based* dan *coffee based* tidak ada yang menjual berupa produk sejenis (jamu).

Alasan yang melatar belakangi penulis ingin membuat perencanaan usaha kedai jamu ini adalah berdasarkan tabel usaha pesaing yang sudah dilampirkan diatas dan juga berdasarkan kutipan dari Deputi Ekonomi Digital, Ketenagakerjaan, dan Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (2020) yang mengatakan jika permintaan terhadap produk minuman herbal semakin meningkat, hal ini berkaitan dengan kesadaran kebutuhan masyarakat dalam menjaga kesehatan dan menjaga daya tahan tubuh. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui jika tingkat permintaan produk minuman herbal sedang tinggi dipasaran. Juga berdasarkan tabel usaha produk sejenis yang sangat minim dan juga berdasarkan tabel usaha sejenis yang mana menjual produk yang berbeda dan tidak ada yang menjual produk sejenis (jamu).

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis juga membuat *Business Model Canvas* yang mendukung perencanaan usaha. *Business Model Canvas* sendiri berarti sebuah kerangka untuk membantu mempermudah menampilkan perencanaan usaha yang akan dibuat. Dalam *Business Model Canvas* terdapat 9 pilar yaitu *customer segments*, *customer relationships*, *channels*, *value proposition*, *key activities*, *key resources*, *key partners*, *cost structures* dan *revenue streams*.

TABEL 1.5
9 PILAR *BUSINESS MODEL CANVAS*
KEDAI JAMU “MENJAMU”

<u>Key Partners</u>	<u>Key Activities</u>	<u>Value Proposition</u>	<u>Customer Relationships</u>	<u>Customer Segments</u>
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Supplier</i> bahan baku produk jamu - <i>Supplier</i> bahan baku produk tambahan 	<ul style="list-style-type: none"> - Membeli bahan baku produksi yang memiliki kualitas baik - Mengolah bahan herbal menjadi variasi minuman herbal - Mengembangkan brand melalui pemasaran secara <i>online & offline</i> - Mengembangkan usaha secara lebih luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk memiliki khasiat - Mengangkat minuman herbal tradisional ke pasaran pada era modern ini - Harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk - Bahan baku produk 100% dari sumber daya alam yang ada - Service: <i>dine in, take away</i> dan <i>online delivery</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan voucher - Memberikan potongan harga - Memberikan promo pada <i>online food delivery</i> 	<p>Usia: 18 – 35 tahun</p> <p>Jenis kelamin : wanita</p> <p>Profesi: Pelajar dan Pekerja</p> <p>Lokasi: Kabupaten Bandung</p> <p>Kebiasaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menjalani pola hidup sehat - Mengonsumsi produk minuman herbal - Suka mencoba varian minuman yang baru - Mengonsumsi produk yang berkhasiat - Menyukai efisiensi dan kepraktisan <p>Pengeluaran: kurang lebih Rp. 20.000 hingga Rp. 50.000 perproduk perhari</p>
	<u>Key Resources</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Kuantitas produk bervariasi 	<u>Channels</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Aset fisik: Tempat usaha dan alat pembuat / pengolah produk - Finansial: Modal usaha pribadi - SDM: <i>Staff</i> - Properti: Brand dari usaha produk dan <i>SOP</i> 		<ul style="list-style-type: none"> - Awareness: Mengenalkan produk melalui sosial media - Evaluation: Membagikan tester produk untuk evaluasi - Purchase: <i>Online food delivery</i> - After sales: memberikan personal service 	
<u>Cost Structure</u>		<u>Revenue Streams</u>		
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Variable cost:</i> - <i>Fixed cost:</i> 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Daily sales</i> - <i>Product sales</i> 		

Sumber: Olahan penulis (2021)

Berdasarkan latar belakang diatas, hal tersebut menjadi dasar penulis untuk membuat perencanaan usaha kedai jamu dengan menggunakan *tools Business Model Canvas* yang berjudul “**PERENCANAAN USAHA KEDAI JAMU DI KABUPATEN BANDUNG**”.

B. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

Menurut Allan Afuah dalam Nilasari dan Wiludjeng (2006), bisnis adalah sekumpulan pelaku aktivitas yang menciptakan uang dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya yang ada menjadi barang atau jasa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, bisnis merupakan kegiatan usaha jual dan beli barang atau jasa antara produsen dan konsumen, untuk mendapatkan sebuah keuntungan diantar kedua belah pihak tersebut. Pada umumnya, bisnis adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Berdasarkan kebutuhan tersebut, seseorang yang memiliki usaha atau disebut juga dengan pengusaha melihat peluang tersebut untuk mencoba memenuhi kebutuhan masyarakat agar merasa puas dan nyaman. Dengan kepuasan masyarakat tersebut, seorang pengusaha akan mendapat keuntungan dan memungkinkannya untuk mengembangkan usaha tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, bisnis adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang. Kebutuhan tersendiri memiliki makna segala sesuatu yang dibutuhkan untuk menjalankan dan mempertahankan suatu hal. Dalam konteks perencanaan usaha ini, yang dimaksud mempertahankan suatu hal yaitu berupa kehidupan. Karena pada dasarnya seluruh makhluk hidup membutuhkan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidupnya. Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, produk pangan (makanan dan minuman) pun ikut berkembang. Ada yang dapat

bertahan dengan kemajuan era ini, ada pula yang bahkan hampir tersingkirkan dan tergantikan dengan suatu produk makanan dan minuman baru yang mengikuti *trend*.

Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin mempertahankan suatu produk makanan atau minuman agar tetap ada dan berkembang mengikuti zaman. Produk yang penulis pilih yaitu minuman herbal tradisional jamu. Karena jamu memiliki nilai yang baik untuk dikonsumsi, terbuat dari bahan herbal alami yang berasal dari bagian tumbuhan khas Indonesia. Jika dahulu jamu hanya dikonsumsi jika sedang sakit ataupun dalam keadaan sehat tetapi untuk mempertahankan daya tahan tubuh, pada era ini jamu bisa dikatakan sebagai *lifestyle*. Karena pada era ini jamu memiliki banyak variasi yang menarik sehingga tidak monoton.

Maka dari itu, penulis ingin mengangkat dan mengembangkan kembali jamu ke era modern ini tetapi tetap mengutamakan nilai khasiatnya. Dengan dibuatnya usulan perencanaan usaha kedai jamu ini di Kabupaten Bandung. Dengan mengusung tema minuman tradisional namun berpadu dengan konsep desain tempat yang modern. Perencanaan usaha kedai ini memiliki konsep kedai minimalis dan *homely*, dimana desain kedai yang sederhana dan dilengkapi dengan fasilitas yang dibutuhkan. Konsep kedai ini memiliki kesan yang damai dan nyaman sehingga membuat konsumen betah untuk berlama –lama, dengan dekorasi yang sederhana dan tidak berlebihan. Dengan tujuan tersebut, penulis ingin konsumen dapat menikmati kembali minuman herbal tradisional jamu ini di era modern, dengan dibuatnya perencanaan konsep usaha bisnis ini.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan sebuah bentuk gambar dari identitas suatu usaha, adanya logo mampu membuat pembeda antara usaha satu dengan yang lainnya. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk memberikan nama kedai ini “menJamu” yang berartikan menghadirkan suatu makanan atau minuman kepada tamu.

GAMBAR 1.1
LOGO “MENJAMU”



Sumber: Desain penulis (2021)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa desain logo dari kedai “menJamu” menggunakan *font type 'cupcake'* yang membuat nama usaha terlihat lebih klasik namun tetap modern, dan juga yang memiliki dua unsur warna dari logo tersebut yaitu warna kuning keemasan dan hijau. Warna kuning keemasan memiliki makna kehangatan dan kebahagiaan, sedangkan warna hijau memiliki makna ke-alami-an. Lalu terdapat simbol wadah minum berdaun yang memiliki makna tempat untuk menampung sesuatu yang alami dan segar. Dengan berdasarkan nama, warna dan simbol yang telah penulis pilih, penulis berharap jika kedai “menJamu” dapat menghadirkan suatu produk alami yang

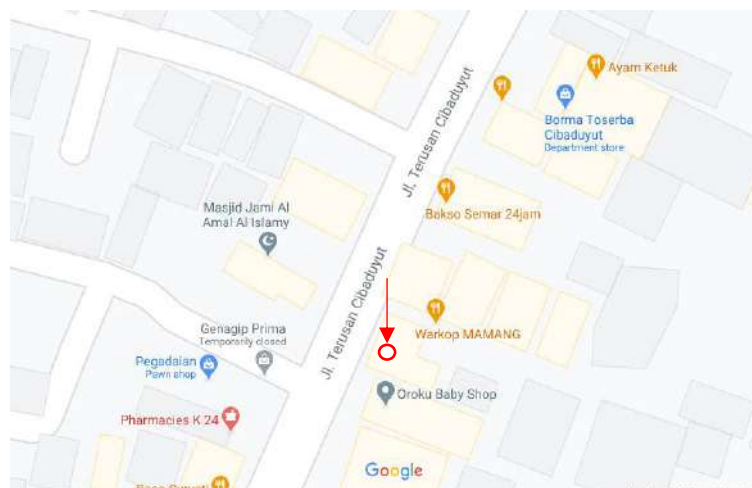
tertampung dalam suatu wadah dan dapat membuat suasana menjadi hangat dan bahagia.

c. Identitas Bisnis

Identitas bisnis merupakan sebuah gambaran suatu bisnis yang menjadi ciri dari bisnis itu dan menjadi pembeda Antara bisnis satu dengan bisnis yang lainnya. Faktor yang ada didalam identitas bisnis ini adalah lokasi atau alamat usaha tersebut. Lokasi perencanaan usaha ini terletak diantara perbatasan Kota Bandung dan Kabupaten Bandung yaitu di Jalan Terusan Cibaduyut No. 27, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung. Dari lokasi ini, membutuhkan waktu tempuh kurang lebih 5 menit dari sentra sepatu Cibaduyut yang mana menjadi tempat kunjungan para wisatawan. Biaya sewa bangunan berlantai 1 ini senilai Rp. 3.000.000 per bulannya, hingga dapat diketahui total biaya bangunan usaha untuk 5 tahun sebesar Rp. 180.000.000.

GAMBAR 1.2

PETA LOKASI “MENJAMU”





Sumber: Google maps (2021)

C. Visi dan Misi

Visi merupakan sebuah gambaran dalam suatu usaha atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Muchtar A.F. (2014), visi merupakan ungkapan seluruh bagian dari usaha yang mengarahkan akan dibawa kemana dan akan menjadi seperti apa perusahaan tersebut kedepannya. Dalam proses pencapaian tujuan ini, dibutuhkan misi yang merupakan bentuk dari *act* yang akan dilakukan untuk mewujudkan visi. Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui jika visi dan misi sangat berperan penting dalam suatu usaha karena dua poin tersebut dijadikan sebagai dasar penopang usaha.

Visi: “Mengangkat dan mengembangkan kembali minuman herbal tradisional jamu ke era modern, dengan konsep suasana kedai jamu yang modern”.

Berdasarkan visi diatas, maka muncul lah misi yang menjadi bahan pendukung untuk mencapai visi tersebut.

Misi:

1. Menjual produk minuman tradisional yang memiliki khasiat.

2. Membuat inovasi baru dalam mengembangkan produk dengan menyesuaikan perkembangan zaman.
3. Memberikan kepuasan terhadap konsumen dengan membuat variasi produk.

D. SWOT Analysis

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Menurut Muchtar A.F. (2014) menyatakan bahwa “Analisis SWOT merupakan metode yang digunakan sebagai salah satu *tools* untuk merumuskan strategi manajemen suatu perusahaan”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu perencanaan usaha.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat diketahui jika setiap usaha ataupun perencanaan usaha memiliki analisis SWOT tersendiri. Seperti yang penulis lakukan untuk mengetahui apa saja kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang ada dalam perencanaan usaha kedai jamu “menJamu”.

- Strength
 - Mengangkat kembali produk
 - Produk bervariasi dan menggunakan bahan alami
 - Memberikan fasilitas, keamanan dan kenyamanan
- Weakness

- Persaingan usaha produk minuman
- Brand usaha yang masih baru
- Masih menggunakan lahan sewa
- Opportunities
 - Kesadaran masyarakat akan kesehatan
 - Tingkat permintaan jamu meningkat
 - Lokasi strategis
- Threats
 - Usaha pesaing (langsung & tidak langsung)
 - Persaingan dengan produk minuman trend
 - Warna produk yang cenderung monoton

Berdasarkan analisis SWOT diatas, penulis dapat menyimpulkan strategi atau cara untuk mengatasi permasalahan yang ada di setiap poin analisis yang ada menggunakan matriks SWOT sebagai berikut;

TABEL 1.6
MATRIKS SWOT

	Strength (Strategi S - O)	Weakness (Strategi W - O)
Opportunities	Memasarkan produk kepada seluruh masyarakat untuk menarik para calon konsumen.	Memberikan penawaran produk dengan sekaligus memberitahukan khasiat dari setiap produk.
	(Strategi S - T)	(Strategi W - T)
Threats	Menyediakan variasi dari produk yang dipasarkan, sehingga memiliki varian yang menarik dan tidak monoton.	Menyajikan produk dengan tampilan packaging yang cantik dan mendesain tempat usaha dengan senyaman mungkin.

Sumber: Olahan Penulis (2021)

E. Spesifikasi Produk

Suatu usaha sudah pasti memiliki spesifikasi produk yang akan diperjual belikan, agar para konsumen mengetahui produk apa yang dijual dan produk mana yang mereka butuhkan. Maka dari itu, sebuah list atau daftar produk beserta spesifikasinya sangatlah dibutuhkan agar mempermudah konsumen. Spesifikasi produk ini juga harus memiliki desain dan tampilan yang menarik, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dijual.

GAMBAR 1.3
SPESIFIKASI PRODUK



Sumber: Desain penulis (2021)

Berdasarkan spesifikasi produk diatas, dapat diketahui jika perencanaan usaha ini akan menjual produk minuman herbal tradisional jamu. Jamu yang dijual merupakan jamu klasik, Beras Kencur dan Kunyit Asam. Selain itu ada pula variasi dari minuman herbal lain yaitu *infused herbs* dari bahan – bahan herbal, seperti sereh, kunyit, jahe, kayu manis, bunga lawang dan dipadukan dengan lemon, jeruk nipis, madu dan juga kurma sebagai bahan pemanis alami.

GAMBAR 1.4
KEMASAN PENYAJIAN PRODUK



Sumber: Desain penulis (2021)

Dari produk yang akan dijual tersebut, penulis membuat juga desain kemasan produk untuk *dine in* dan *take away* sebagaimana yang ada pada gambar diatas. Untuk produk *dine in* penyajiannya menggunakan gelas kaca dan untuk produk *take away* kemasannya menggunakan botol plastik yang aman sehingga isi produk tidak mudah tumpah.

F. Jenis / Badan Usaha

Dalam perencanaan suatu usaha, perlu dipikirkan juga jenis atau badan usaha apa yang akan digunakan untuk menjalankan usaha tersebut. Ada berbagai jenis badan usaha, badan usaha perorangan dan ada badan usaha kelompok atau persekutuan.

Maka, penulis memilih badan usaha Perseorangan atau bisa disebut juga dengan Perusahaan Dagang atau Usaha Dagang untuk menjadi badan usaha

perencanaan usaha kedai jamu ini. Menurut Solehudin dan Dea Tanty (2011), badan usaha perorangan atau perusahaan perorangan adalah bentuk badan usaha yang pemilik usaha bertindak sekaligus sebagai pengelola dan penanggung jawab kegiatan usahanya. Beberapa kelebihan dari badan usaha Perusahaan Perseorangan yang menjadi alasan penulis untuk memilih badan usaha tersebut yaitu:

- a. Sebagaimana dari pengertian Perusahaan Perseorangan, yang artinya usaha ini dimiliki oleh perorangan dan semua keuntungan dan manfaat penuh milik pendiri usaha.
- b. Kerahasiaan perusahaan terjamin, karena segala kegiatan usaha dilakukan secara internal.
- c. Memiliki struktur organisasi usaha yang sederhana dan tidak rumit.
- d. Mengeluarkan modal untuk usaha pun tidak terlalu besar, menyesuaikan dengan keinginan pemilik pendiri usaha.

Berdasarkan kelebihan tersebut, penulis memilih badan usaha Perusahaan Perseorangan untuk perencanaan usaha kedai jamu ini.

G. Aspek Legalitas

Legalitas usaha merupakan suatu hal yang menandakan jika usaha tersebut telah legal dan dapat pengakuan. Bentuk – bentuk dari legalitas usaha perorangan seperti Nama Perusahaan, Merek dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

a. Nama Perusahaan

Nama perusahaan merupakan sebuah identitas atau ciri dari suatu perusahaan agar membedakan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Berikut asas tentang pemberian nama perusahaan;

1. Pembauran nama perusahaan dengan nama pribadi
2. Pembauran bentuk perusahaan dengan nama pribadi
3. Larangan memakai nama perusahaan orang lain
4. Larangan memakai merek orang lain
5. Larangan memakai nama perusahaan yang menyesatkan

b. Merek

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan / atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan / atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan / atau jasa.

c. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah surat izin yang membuktikan jika usaha tersebut sudah dapat legalitas dan pengakuan untuk melaksanakan kegiatan usahanya. Surat izin ini dikeluarkan oleh pemerintah daerah, yaitu Bupati dan Walikota.