

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Bisnis merupakan sebuah aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan atau diminta oleh para konsumen dengan tujuan menerima keuntungan atau laba. Sebuah bisnis dapat dilakukan oleh sebuah organisasi bisnis yang mempunyai korporasi atau disebut juga badan hukum, perusahaan dengan badan usaha juga perorangan dimana mereka tidak mempunyai badan hukum contoh dasarnya seperti para pedagang kaki lima, warung atau gerai yang tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dan juga tidak memiliki Surat Izin Tempat Usaha (SIUP) serta usaha formal yang lain. (Griffin dan Ebert, 2008).

Yang tertera di bawah ini merupakan ciri-ciri bisnis yaitu :

1. Merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok
2. Menciptakan nilai atau *value*
3. Memproduksi barang atau jasa
4. Terorganisasi atau memiliki manajemen
5. Menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat
6. Mendapatkan laba (keuntungan) dari aktivitas yang dijalankan
7. Adanya proses transaksi atau pertukaran.

Berdasarkan ciri di atas dapat diartikan bahwa sebuah bisnis merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok yang dapat

mewujudkan nilai atau *value* melalui produk barang dan jasa, guna mendapatkan keuntungan serta memenuhi kebutuhan masyarakat.

Di era modern seperti saat ini, seiring waktu berjalan dalam dunia bisnis lahir berbagai konsep baru yang bertujuan untuk menarik daya konsumen dan juga tingkat daya saing. Banyaknya usaha yang menggunakan kreatifitas sebagai senjata terdepan untuk mendapatkan buah hasil yang digunakan untuk menaikkan kualitas serta kuantitas dari bisnis mereka.

Pemasaran dalam bisnis makanan atau kuliner sangatlah penting. Dengan jenis makanan yang bervariasi di muka bumi ini, menciptakan sebuah *gimmick* pemasaran yang kreatif untuk mendapatkan atensi konsumen tentulah sangat penting. Pesatnya kegiatan masyarakat sekarang tentu berpengaruh untuk bisnis. Dengan itu, sungguh dibutuhkan ide-ide segar dan baru dalam pemasaran.

Tidak diragukan lagi bahwa bisnis *food truck* merupakan salah satu bisnis yang paling menarik di dunia kuliner. Selain fakta bahwa teknologi berkembang dengan sangat pesat, jenis penemuan dan kreativitas yang muncul ketika mengembangkan ide-ide baru dapat menggelitik minat publik. Bisnis *food truck* merupakan semacam inovasi dan terobosan kuliner yang kini menjadi tren di sektor bisnis kuliner.

Praktek penjualan hidangan di jalanan telah berjalan semenjak abad ke-17 akhir, ketika keadaan perumahan terbatas dan banyak masyarakat yang tidak memiliki sarana untuk menyiapkan makanan bagi mereka sendiri. Bentuk makanan dijual dari gerobak yang kecil atau dapur jalanan, tradisi ini telah berlanjut di seluruh dunia, khususnya di kota-kota. Menurut sebuah studi yang

dilakukan oleh IBISWorld bahwa ada sekitar 23.873 truk makanan di AS, dan telah mempekerjakan lebih dari 28916 orang pada tahun 2020. Menurut perkiraan, bisnis *food truck* tumbuh sebesar 5,4%. Dibandingkan dengan kinerjanya di tahun 2019, telah tumbuh sekitar 20% dalam satu tahun. Menurut Forbes, total pendapatan bisnis truk makanan yang dihasilkan pada 2019 adalah 985 juta dolar AS. Sementara pada tahun 2021, berdasarkan observasi atau riset dari IBISWorld memprediksi *food truck* di Amerika Serikat melampaui lebih dari 24.000 yang menjalankan bisnis senilai sekitar 1 miliar USD setiap tahunnya. Lepas dari itu, pertumbuhan *food truck* dari 2015-2020 diperkirakan mencapai 7,5%. dikarenakan peraturan yang berbeda-beda pada negara bagian dan lokal, *food truck* yang ada di suatu daerah mungkin lebih populer di banding beberapa wilayah yang lain. (IBISWorld, 2021). Tersedia: <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/food-trucks-industry/> [3 April 2022].

dalam artikel yang ditulis oleh Richard Myrick berjudul “*The Complete History of American Food trucks*” *food truck* pertama yaitu *The Chuck Wagon* (kereta dapur portabel koboi yang digunakan di jalur ternak) ditemukan oleh Charles Goodnight pada tahun 1866 dengan menggunakan gerobak Studebaker surplus tentara untuk menciptakan apa yang dianggap oleh banyak orang sebagai truk makanan pertama. Goodnight membeli gerobak pemerintah dan membangun serta merenovasi kembali sepenuhnya sesuai dengan spesifikasinya yang menggunakan kayu terberat yang tersedia.

Charles Goodnight, "Bapak Texas Panhandle," melengkapi sebuah gerobak tua Angkatan Darat Amerika Serikat yang kokoh dengan rak dan laci di dalam dan melengkapinya dengan peralatan rumah tangga, makanan, dan persediaan medis pada tahun 1866. Kacang kering, kopi, tepung jagung, dibungkus kain berlemak bacon, babi asin, daging sapi, sering dikeringkan atau diasinkan, dan makanan lain yang mudah diawetkan adalah makanan pokok. Sebuah tong air dan gendongan untuk kayu bakar untuk memanaskan dan memasak makanan juga termasuk dalam isi gerobak. (Myrick, Richard, 2011, *The Complete History of American Food trucks*)

Pada artikel yang ditulis oleh Muhammad Ali dengan judul "Bangkit dari Bangkrut, Joko Waluyo Mengkenalkan *Food truck* di Indonesia" Ali menceritakan tentang perjalanan Joko Waluyo, pembentuk Asosiasi *Food truck* Indonesia (AFTI). Ali menceritakan bahwa pada tahun 2012 Joko Waluyo terpaksa memberhentikan jalannya toko makanan asli Meksiko berlokasi dan dirintis pada daerah Kemang, Kota Jakarta Selatan. Namun hal tersebut tidak menutup semangat Joko untuk melanjutkan bisnisnya, Joko mendapatkan ide *food truck* ketika beliau bekerja sebagai bartender di Disney World selama 5 tahun, 1998-2002 dan dari situlah Joko mengenal bisnis *food truck*.

Bermodal tabungan Rp 40 juta, Joko membeli sebuah VW Combi keluaran 1980 dan memodifikasi kendaraan tersebut menjadi sedemikian rupa hingga layak untuk meneruskan bisnis kulinernya. Seperti yang diduga, perkembangan restoran bergerak berkembang cukup pesat dan muncul pesaing baru. Setelah menjamur, Joko mendirikan sebuah Asosiasi *Food truck* Indonesia (AFTI) yang didirikan

pada bulan Desember tahun 2012 dengan 50 anggota pebisnis food truck lainnya. (Ali, Muhammad, 2016, Bangkit dari Bangkrut, Joko Waluyo Mengkenalkan *Food truck* di Indonesia).

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

“Moody Truck” adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang kuliner, “Moody Truck” memiliki konsep *food truck* atau restoran bergerak yang menyajikan berbagai makanan dan minuman, dengan fokus menu pada *sandwich* serta minuman yang memberi komplimen pada menu makanan tersebut. Seperti yang telah dianalisa oleh Penulis, bahwa *food truck* yang berjualan dengan pilihan menu *sandwich* di daerah Cibubur masih sangat jarang, dan untuk pesaing dengan menu *sandwich* yang berjualan pada restoran juga sangat sedikit. Oleh karena itu Penulis memiliki gagasan untuk membuka *food truck* dengan pilihan menu *sandwich* sehingga para konsumen yang memiliki permintaan (*demand*) untuk mencoba *food truck* tidak perlu jauh berkelana ke kota yang memiliki banyak *food truck* seperti Jakarta.

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Brand atau merek adalah bagaimana sebuah produk, perusahaan, atau individu dipandang oleh siapa yang mengalaminya, dapat diartikan juga yaitu sebuah *brand* merupakan nama, istilah, desain, simbol atau berbagai fitur lainnya yang dapat mendiferensiasi sebuah barang atau jasa satu

penjual dengan penjual lainnya. (*Common Language Marketing Dictionary*, 2019). Seiring waktu, citra ini akan terkait dengan tingkat kredibilitas, kualitas, serta kepuasan pada benak konsumen.

Dari penjelasan di atas dapat diartikan bahwa sebuah *brand image* sangat penting bagi kelancaran dan daya tarik sebuah usaha, *brand image* dapat dimulai dari nama, nama usaha *food truck* ini adalah “Moody Truck”. Arti kata *moody* sendiri dapat diartikan sebagai berubah-ubah sikap, dalam artian nama usaha ini diambil dari konsep *food truck* sendiri yang berpindah-pindah tempat.

Menurut teori pada buku Katz dalam Wheeler (2009) menyebutkan bahwa logo harus mempresentasikan visi dan misi perusahaan serta segmen yang dituju berdasarkan target kepada masyarakat. Logo merupakan bagian dari *branding*, hal tersebut dapat dibuat menarik serta sederhana sehingga memudahkan manusia agar dapat mengingat dan mengenali.

Yang terlampir di bawah ini merupakan logo “Moody Truck”:

Gambar 2

Logo Usaha “Moody Truck”



Sumber : Desain Penulis, 2022

Dari logo di atas dapat diperhatikan bahwa ada bayangan atau *silhouette* dari *food truck* itu sendiri, serta nama “Moody Truck” dengan ikon tersenyum yang menggambarkan *mood*, semua logo berwarna merah karena warna merah dapat diartikan sebagai warna yang memiliki aura kuat dan memberi energi untuk memotivasi akan terlaksananya suatu tindakan (*action*). Dapat diartikan bahwa logo “Moody Truck” sendiri memiliki motivasi yang tinggi untuk bertindak, dalam kasus ini yaitu membangun usaha.

Tidak hanya itu namun Penulis juga menggunakan slogan “*food for your every mood*” karena memiliki rima atau pengulangan bunyi sehingga mudah didengar dan diingat. Slogan merupakan sebuah kalimat pendek yang menarik serta singkat hingga mudah diingat untuk menyampaikan tujuan dari suatu kegiatan.

1.2.3 Identitas Bisnis

Jumlah penduduk Kota Depok pada tahun 2019 mencapai 2,41 juta jiwa. Sementara Kecamatan Cimanggis mendukung dengan penduduk terbanyak yaitu 335 ribu jiwa. Kawasan Cibubur merupakan zona dengan situasi yang unik karena merupakan hamparan tanah yang luas yang terbagi antara empat kabupaten/kota yang berbeda: Jakarta Timur, Bogor, Depok, dan Bekasi, dengan penghuni asli adalah suku Betawi. Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 8 Desember 2020.

Menurut hasil sensus penduduk Badan Pusat Statistik (BPS), tercatat kelurahan Cibubur memiliki jumlah penduduk mencapai 164.016

ribu jiwa. Sementara Indonesia mengalami laju pertumbuhan penduduk per tahun selama 2010-2020 rata-rata sebesar 1,25%. Melihat dari data tersebut dapat dipastikan bahwa jumlah penduduk di Cibubur terus berkembang.

Lokasi *Food truck* ini direncanakan untuk berdiri di daerah Cibubur.

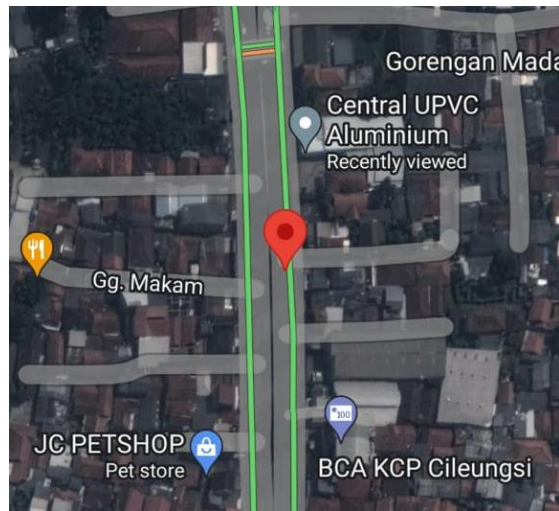
Mengapa lokasi ini yang dipilih, antara lain karena:

- a. Cibubur merupakan daerah yang berkembang pesat dari segi pemukiman dan perkembangan pembangunan
- b. Cibubur memiliki potensi konsumen yang memiliki permintaan (*demand*) akan tujuan kuliner yang cukup banyak
- c. Cibubur memiliki lokasi yang strategis karena berada di persimpangan empat wilayah sekaligus, seperti yang disinggung sebelumnya keempat wilayah tersebut diantaranya adalah Kota Jakarta Timur, Depok, Bekasi dan Kabupaten Bogor
- d. Sarana dan prasarana transportasi mulai dari kendaraan umum hingga jalan tol telah tersedia dengan lengkap untuk menuju Cibubur
- e. Cibubur memiliki tujuan tempat wisata diantara lain yaitu Trans Studio Cibubur, Taman Bunga Wiladatika, Eldorado Water Park, Bumi Perkemahan Cibubur, serta Telaga Arwana Cibubur.

Tepatnya lokasi perencanaan *food truck* ini akan berada di Jl. Alternatif Cibubur No. 7. Lokasi ini segaris dengan jalan raya pemukiman, serta akses jalan tol.

Gambar 3

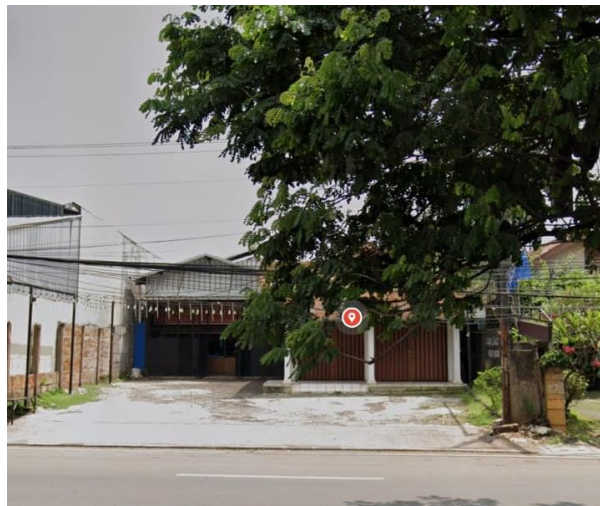
PETA LOKASI BISNIS



Sumber : Google Maps

Gambar 4

TAMPAK DEPAN LOKASI “MOODY TRUCK”



Sumber : Google Maps

1.3 Visi dan Misi

Visi

Menjadi salah satu *food truck* dengan kualitas bermutu serta harga terjangkau dengan menu dasar *sandwich*.

Misi

- Mengutamakan kualitas bahan yang bermutu dalam berusaha bisnis *food truck*
- Menciptakan peluang serta pertumbuhan (*growth*) bagi “Moody Truck” sendiri
- Menerapkan konsistensi kualitas dari segi bahan baku hingga pelayanan.

1.4 SWOT Analysis

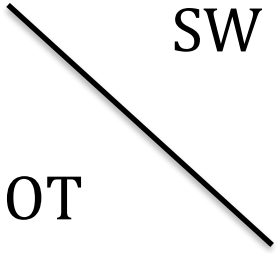
Analisis SWOT merupakan sebuah metode penilaian kinerja, kompetisi, risiko, serta potensi dari bisnis yang tengah dijalani, serta bagian dari bisnis seperti produk yang ditawarkan atau divisi, industri, beserta entitas lain. Yang tertera selanjutnya merupakan definisi analisis SWOT menurut para ahli :

1. Menurut Kotler (2012), analisis SWOT adalah sebuah evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman secara menyeluruh.
2. Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis yang memiliki tujuan untuk mengambil keputusan akan strategi yang berguna serta efektif yang diberlakukan sesuai dengan

keadaan publik, dimana *Opportunities* atau peluang dan *Threats* atau ancaman dapat digunakan untuk mengenal lingkungan eksternal.

Dapat disimpulkan pada pengertian di atas bahwa analisis SWOT merupakan hal yang krusial bagi penentuan strategi sebuah usaha pada masa yang akan datang, analisis SWOT dapat dilihat dari dua faktor yaitu eksternal dan internal, faktor eksternal merupakan faktor yang dilihat dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi terbentuknya ancaman dan peluang yang menyangkut kondisi yang sedang terjadi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan bisnis makro, lingkungan industri, hukum, politik, ekonomi serta media sosial. Sementara untuk faktor internal merupakan faktor yang terjadi dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini menyangkut kondisi dalam suatu perusahaan, yang terpengaruh oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup manajerial fungsional seperti keuangan, SDM, pemasaran serta sistem informasi manajemen dan operasional.

Gambar 5 SWOT Matrix Analysis

	<p style="text-align: center;">Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Staf yang berpengalaman serta terampil menjadi <i>cook</i> serta menjadi <i>driver</i> 2. <i>Brand recognition</i> yang terdapat di tampilan <i>food truck</i> 3. Penyajian yang cepat 4. Lokasi Strategis serta fleksibel 5. Hemat biaya sewa 6. Harga sebanding dengan kualitas produk 	<p style="text-align: center;">Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat <i>dine in</i> terbatas 2. Modal usaha yang cukup besar 3. Tempat penyimpanan bahan baku makanan terbatas 4. Keterbatasan informasi mengenai pasar akan <i>food truck</i>
<p style="text-align: center;">Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan jumlah permintaan makanan yang disajikan dalam <i>food truck</i> 2. Target market luas. 3. Produk serta rasa baru untuk ditawarkan 4. Pemanfaatan konsumen WFH karena <i>coronavirus</i> 	<p style="text-align: center;">SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperbesar skala penjualan (S2, O2, O1) 2. Melakukan promosi produk kepada masyarakat (S2, S6 O3, O4) 3. Kesempatan menjadi <i>market leader food truck</i> (S2, S4, O1) 	<p style="text-align: center;">WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penambahan jumlah <i>seat capacity</i> (W1, O1) 2. Menambahkan kapasitas produksi “Moody Truck” (W3, O3) 3. Melakukan survei atau observasi terhadap konsumen mengenai preferensi (O3, W4)
<p style="text-align: center;">Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga bahan baku naik 2. Mudah untuk di duplikat 3. Kurang familiar dengan produk yang dipasarkan 4. Aspek legalitas, lokasi yang dilarang serta izin yang diperlukan untuk <i>food truck</i> 	<p style="text-align: center;">ST Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan yang Konsisten dan maksimal (S1, S3, S6, T1, T2) 2. Memberikan variasi produk/menu baru secara berkala (S6, S3, T2, T3) 3. Penggunaan bahan baku secara maksimal (S6, T1) 4. Membangun <i>brand awareness</i> yang positif (S2, S3, S6, T3) 	<p style="text-align: center;">WT Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi baru pada bisnis secara umum (W4, T2) 2. Bekerjasama dengan penyedia bahan baku dan penyedia tempat sewa (W3, T1, T4) 3. Melakukan pengenalan produk secara berkala melalui sosial media (W4, T3)

Sumber: Hasil olahan Penulis, 2022.

Setelah memahami studi tentang analisis SWOT di atas, dapat kita pahami bahwa sebuah *food truck* adalah usaha yang sangat menguntungkan apabila telah memenuhi seluruh persyaratan dari aspek legalitas seperti izin dan surat-surat. Tentu saja kualitas, rasa, penyajian serta kebersihan merupakan bagian yang esensial dari sebuah *food truck*.

1.5 Spesifikasi Produk

“Moody Truck” merupakan sebuah konsep restoran bergerak yang berada di dalam sebuah kendaraan, dimana di dalamnya akan ada proses mengolah, memasak, menyajikan serta menjual makanan. Saat ini “Moody Truck” memiliki 2 menu *sandwich* yaitu *chicken pesto sandwich* dan *braised beef BBQ sandwich*, 2 menu pendamping yaitu *potato chips* dan *green salad with lemon dressing* serta aneka minuman seperti *watermelon lemon mocktail*, *carrot sparkling* serta *iced lychee tea*.

Tentunya hidangan yang akan diproduksi akan memenuhi standar prosedur *hygiene* dan *sanitation*. Kemasan yang akan digunakan juga didesain sedemikian rupa agar dapat melindungi produk yang ditawarkan sehingga tetap menjaga kualitas dari nilai makanan tersebut ketika mencapai konsumen.

1.6 Analisis Peluang dan Hambatan

Menurut Thomas W. Zimmerer peluang usaha adalah sebuah terapan yang terdiri atas kreativitas serta inovasi guna memecahkan masalah serta melihat kesempatan yang sedang dihadapi setiap hari. Menurut Robbin dan Coulter,

pengertian dari peluang usaha yaitu suatu proses yang melibatkan individu atau kelompok yang menggunakan usaha serta sarana tertentu dalam menciptakan suatu nilai tambah untuk memenuhi sebuah kebutuhan tanpa memperhatikan sumber daya yang digunakan. Dan menurut Arif F. Hadipranata, pengertian dari peluang usaha merupakan sebuah risiko yang harus diambil serta dihadapi guna mengelola dan mengatur segala urusan yang berhubungan dengan finansial. Adapun ciri-ciri peluang usaha yang berpotensi yaitu :

- a. Memiliki nilai jual tinggi
- b. Tidak hanya sekedar sebatas ambisi namun juga harus bersifat nyata
- c. Bisa bertahan lama atau berkelanjutan di pasar
- d. Skala usaha itu dapat diperbesar atau ditingkatkan
- e. Modal yang dikeluarkan tidak terlalu banyak, dan dalam investasinya pun tidak besar namun berpotensi menguntungkan.

Jika melihat dari ciri di atas, peluang bisnis *food truck* sangat meyakinkan karena mencentang poin-poin yang tertera di atas, salah satu kelebihanannya adalah lokasi bisnis yang *mobile* atau dapat berpindah-pindah secara mudah sehingga memberikan peluang untuk mencapai berbagai target lokasi yang padat dan menjanjikan, selain itu tampak *food truck* merupakan bagian dari promosi secara tidak langsung ketika berpindah tempat.

Selain itu ketika mengelola sebuah *food truck*, Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan tidaklah banyak, sehingga waktu dan pengeluaran yang dikeluarkan untuk pelatihan serta gaji dan insentif karyawan tidak menjadi hambatan.

Menurut Oemar (1992:72), “Hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi, merintang, menghambat yang ditemui manusia atau individu dalam kehidupannya sehari-hari yang datangnya silih berganti, sehingga menimbulkan hambatan bagi individu yang menjalaninya untuk mencapai tujuan”.

Adapun beberapa faktor hambatan yang sering dijumpai oleh pebisnis *food truck* ialah :

- a. Faktor utama yang menjadi hambatan *food truck* adalah faktor cuaca, Alexander Setiawan, pemilik gerai The Halal Boys mengungkapkan bahwa seperti *street food* lainnya, hujan sangat mempengaruhi kelancaran membuka *food truck*. (Okezone.com, 2016). Tersedia: <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/05/30/298/1401536/ini-kendala-utama-dalam-bisnis-kuliner-food-truck>. 30 mei 2016. [4 April 2022.]
- b. Keterbatasan ruang juga menjadi hambatan bagi pemilik gerai *food truck*, karena ruang untuk bergerak dan menyimpan barang sangat terbatas, oleh karena itu peralatan harus dicermati secara efisien
- c. Faktor hambatan selanjutnya merupakan regulasi dan aturan daerah untuk ketentuan lokasi *food truck*, ada beberapa lokasi yang dilarang dan juga lokasi yang diperbolehkan untuk parkir *food truck*
- d. Modal awal pembentukan usaha ini cukup besar sementara omset yang didapatkan tidak sebesar pengusaha makanan lainnya ketika awal beroperasi

- e. Perawatan kendaraan seperti bahan bakar, serta rata-rata mobil yang digunakan untuk *food truck* adalah mobil tua sehingga membutuhkan biaya ekstra untuk perbaikan, instalasi peralatan serta *maintenance* atau perawatan kendaraan.
- f. Pesaing merupakan sebuah hambatan bagi para pengusaha *food truck* khususnya konsumen yang lebih mementingkan tempat yang nyaman untuk bercengkrama serta ketika era pandemi ini budaya *work from café* telah menjadi rutinitas baru bagi para pekerja *work from home* (WFH).

Ada berbagai upaya yang dapat dilaksanakan guna mengatasi hambatan-hambatan yang telah disebut diatas, antara lain:

- a. Strategi pemasaran wajib ditingkatkan seperti memodifikasi *food truck* dengan unik dapat menjadi media promosi tersendiri, aktif di media sosial serta memberikan penawaran menarik karena foto dan video dari menu serta *brand image* sangatlah berpengaruh
- b. Ulasan positif atau *review* dari sebuah produk atau perusahaan merupakan salah satu faktor yang menjanjikan bagi para konsumen
- c. Menjaga kualitas serta konsistensi produk mulai dari segi rasa hingga kemasan
- d. Menjaga kualitas pelayanan terhadap konsumen
- e. Memastikan ketersediaan lahan serta regulasi dan aturan untuk parkir *food truck*.

1.7 Jenis/Badan Usaha dan Struktur Personalia/Manajemen

UMKM disusun dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Tertera pada UU tersebut bahwa UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Berdasarkan Undang-Undang tersebut maka jenis/badan usaha restoran bergerak dalam perencanaan bisnis ini akan berbentuk CV.

Menurut *Financial Accounting Standard Board* (FASB) dalam Ahmed Riahi Belkaoui, merumuskan usaha kecil sebagai berikut :

- a. Pengelola merupakan pemilik sendiri
- b. Dimiliki oleh beberapa pemilik lain, jika ada
- c. Seluruh pemilik terlibat dalam melaksanakan segala urusan perusahaan secara aktif
- d. Tidak sering terjadi pemindahan hak kepemilikan
- e. Memiliki struktur modal yang cukup sederhana

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa usaha kecil merupakan sebuah usaha yang dimiliki oleh pemilik tunggal atau perorangan serta mempunyai struktur yang sederhana (Belkaoui, 2000:50).

“Moody Truck” akan jatuh kepada badan usaha CV atau persekutuan komanditer, CV merupakan suatu persekutuan yang didirikan oleh satu atau lebih sekutu komanditer dengan satu atau lebih sekutu komplementer. Dasar hukum CV telah diatur pada Pasal 19 KUHD yaitu merupakan perseroan yang terbentuk dengan cara meminjamkan uang atau disebut juga dengan perseroan komanditer.

Untuk mendirikan CV, pendiri tidak perlu memiliki minimal batas modal, berbeda dengan PT yang membutuhkan minimal modal Rp 50 juta dengan setoran minimal 25%.

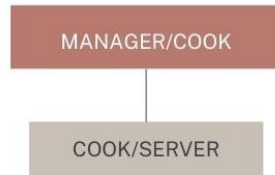
Manajemen personalia merupakan jenis manajemen yang memiliki kaitan dengan perencanaan, arahan serta seleksi pegawai, pendidikan, *job description* atau tugas, pelatihan serta pengembangan dan pemeliharaan SDM dengan tujuan tercapainya tujuan individu, perusahaan, maupun masyarakat. Berikut adalah pengertian manajemen personalia menurut para ahli:

- a. Menurut Manullang (2001:156) manajemen personalia merupakan suatu bidang ilmu yang mengenali cara memberikan suatu sarana untuk perkembangan, pekerjaan serta partisipasi pekerjaan dalam suatu aktivitas
- b. Menurut Nitisemito (1996:143) pengertian dari manajemen personalia yaitu suatu ilmu seni dalam melaksanakan sebuah perencanaan, organisasi, pengawasan sampai proses kerja hingga lebih efektif dan efisiensi personalia dapat ditingkatkan dalam mencapai tujuan.

Dapat disimpulkan dari definisi di atas yaitu dapat mengenali sebuah keberadaan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang memiliki tujuan untuk mencapai efektivitas sebuah organisasi atau usaha.

adapun struktur personalia/manajemen yang akan diterapkan adalah sebagai yang tercantum dibawah :

Gambar 6 Struktur Manajemen Personalia



Sumber : Hasil olahan Penulis, 2022.

1.8 Aspek Legalitas

Dalam Pergub DKI Jakarta 13/2017, Pasal 1 angka 11 Pergub DKI Jakarta 13/2017 memberikan definisi restoran bergerak sebagai berikut :

“Restoran Bergerak adalah fasilitas penyedia makanan dan atau minuman dengan dipungut bayaran yang menggunakan kendaraan bermotor khusus sebagai tempat usaha dan dilakukan secara berpindah-pindah lokasi.”

Kriteria Restoran Bergerak yaitu :

- a. Beroda empat atau lebih
- b. Memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan serta mendapatkan tanda uji kendaraan bermotor dari instansi yang berwenang
- c. Memiliki ruang tempat usaha yang nyaman dan terpisah dari ruang pengemudi
- d. Memiliki sistem navigasi kendaraan dengan menggunakan teknologi *Global Positioning System* (GPS)
- e. Fasilitas deteksi kebakaran dan alat api.

Dalam Pergub DKI Jakarta 13/2017 restoran bergerak dibagi menjadi 2 jenis, yaitu ;

- a. Restoran bergerak jenis A, merupakan restoran bergerak yang memproses/mengolah bahan makanan dengan memasak, menggunakan kompor, alat pembakar dan alat lainnya yang sejenis di dalam kendaraan bermotor khusus sebagai tempat usaha.
- b. Restoran bergerak jenis B, merupakan restoran bergerak yang menjual makanan dan minuman dalam kemasan tanpa proses mengolah/memasak di dalam kendaraan bermotor khusus sebagai tempat usaha.

Ketentuan lokasi restoran bergerak atau *food truck* ;

- a. lokasi yang diperbolehkan :
 - Pelataran/taman parkir murni dan/atau pendukung;
 - Fasilitas parkir perpindahan moda/fasilitas parkir *park and ride* ;
 - Lokasi pada area kegiatan khusus dan/atau festival yang telah mendapat izin keramaian; dan
 - Lokasi lain yang diperbolehkan oleh Pemerintah Daerah yang ditetapkan oleh Walikota/Bupati atas nama Gubernur.
- b. lokasi yang dilarang
 - Di dalam ruang milik Jalan;
 - Di dalam area fasilitas umum dan/atau fasilitas sosial;
 - Lokasi dalam radius 500 m dari pasar rakyat dan lokasi pedagang kaki lima yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah;

- Di kawasan pemukiman penduduk; dan
- Lokasi lain yang dapat menimbulkan kemacetan lalu lintas dan gangguan ketertiban.

Adapun persyaratan usaha restoran bergerak di DKI Jakarta yaitu *food truck* dijalankan oleh Badan Usaha berbadan hukum yang telah memiliki Tanda Daftar Restoran Bergerak (TDRB). TDRB merupakan sebuah dokumen resmi yang diberikan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, gunanya untuk membuktikan bahwa usaha telah tercantum dalam daftar usaha restoran bergerak. Pengusaha dapat menulis permohonan tertulis yang ditujukan kepada Gubernur up. Kepala Dinas penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (Kepala DPMPTSP) dengan menyediakan berbagai persyaratan sebagai berikut :

- a. Persyaratan dasar yang diperlukan;
- b. Surat pernyataan di atas kertas bermaterai Rp 6 ribu dari pimpinan badan usaha yang menyatakan bahwa :
 - Sanggup menjaga kebersihan pada lokasi usaha serta lingkungan sekitar
 - Sanggup menjaga keamanan serta ketertiban pada lokasi usaha
 - Sanggup menjaga kelayakan bahan, kebersihan, kesehatan, peralatan serta prasarana yang digunakan pada proses produksi, distribusi serta proses penyajian makanan dan/atau minuman

- Sanggup menyimpan keadaan kendaraan restoran bergerak pada lokasi yang aman serta tidak mengganggu lingkungan yang berada di sekitar lokasi; dan
- c. Sanggup menggunakan sistem navigasi kendaraan yang menggunakan teknologi *Global Positioning System* (GPS) kemudian terpasang pada kendaraan yang digunakan sebagai usaha.
- d. Fotokopi dokumen kepemilikan kendaraan yang berupa (1) Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB), (2) Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), (3) Surat Tanda Uji Kendaraan (STUK) atas kendaraan bermotor yang digunakan sebagai tempat usaha
- e. Nama pengemudi dan fotokopi Surat Ijin Mengemudi (SIM)
- f. Proposal perencanaan usaha
- g. Fotokopi sertifikat laik sehat diperlukan bagi restoran bergerak yang termasuk kategori jenis A
- h. Fotokopi bukti pembayaran pajak reklame bagi para restoran bergerak yang menggunakan stiker reklame pada kendaraannya.