

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Latar Belakang

Kota Magelang merupakan salah satu kota terkecil di Jawa Tengah dengan luas wilayah seluas 18,12 km². Kota Magelang memiliki julukan sebagai “Kota Sejuta Bunga”. Karena menjadi sebuah kota yang bersih, indah, tertib serta nyaman. Kota Magelang merupakan *enclave* dari Kabupaten Magelang, dimana terletak pada jalur antara Semarang-D.I Yogyakarta. Meskipun disebut sebagai kota terkecil di Jawa Tengah, Kota Magelang dapat terbilang cukup maju dalam bidang pariwisatanya.

Terdapat berbagai macam wisata yang biasa dikunjungi wisatawan lokal, nusantara hingga mancanegara di Kota Magelang yaitu wisata alam, sejarah, buatan bahkan wisata kuliner. Magelang juga terkenal akan beberapa wisata kuliner yang menjadi ciri khas Kota Magelang seperti gethuk, kupat tahu, mangut beong dan masih banyak lagi. Maka dari itu Magelang memiliki potensi wisata yang sangat besar, karena adanya jumlah wisatawan local, nusantara dan mancanegara yang cukup banyak berkunjung ke Kota Magelang.

Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya data melalui beberapa situs resmi, salah satunya situs DISPARPORA Magelang yang merekap hasil kunjungan wisatawan ke Magelang. Berikut merupakan tabel daftar jumlah kunjungan wisatawan:

Tabel 1. 1

**DAFTAR KUNJUNGAN WISATAWAN MAGELANG PERIODE SEPTEMBER-
DESEMBER 2021 & JANUARI 2022**

NO.	BULAN	DOMESTIK	MANCANEGARA	TOTAL
1.	SEPTEMBER	5,892	9	5,901
2.	OKTOBER	31,045	93	31,138
3.	NOVEMBER	58,259	106	58,365
4.	DESEMBER	160,221	192	160,413
5.	JANUARI 2022	20,435	30	20,465
	TOTAL	586,968		

Sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olah Raga Kota Magelang, 2019

Dari tabel di atas menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dari September ke Desember 2021 hingga Januari 2022 dengan adanya pandemi Virus Covid-19. Banyak juga wisatawan yang merupakan dari DI Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Karena jarak antar kota tersebut yang terbilang cukup dekat dengan jalan yang mudah diakses. Wisatawan biasanya mengunjungi seperti wisata alam, sejarah, religi, bahkan kuliner. Ada pula beberapa pengunjung biasanya melakukan perjalanan bisnis dan *study tour*.

Dengan adanya data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa peluang usaha bagi pengusaha kuliner sangat tinggi. Khususnya pengusaha dalam bidang *food and beverage* atau kuliner. Karena seiring perkembangannya waktu, semakin banyak variasi kuliner yang semakin diminati dan dicari oleh para wisatawan. Banyak berbagai macam jenis kuliner di Indonesia, mulai dari lokal maupun internasional. Salah satunya dibidang patiseri, yang mana seiring perkembangan jaman, mulai meningkatnya penikmat kuliner dibidang patisserie dan bakery. Patisserie sendiri diambil dari Bahasa Prancis dari *Pastry* yang artinya kue. Sedangkan *bakery*

merupakan salah satu bagian dari *pastry* biasanya produksi utamanya yaitu roti-totian, *danish*, *croissant*, dan lain-lainnya.

Biasanya *cake* dan roti-roti tersebut dijual di *cake shop* maupun *bakery shop*. Pengertian *cake shop* sendiri yaitu sebuah bisnis toko yang menjual berbagai macam *cake* sebagai product utamanya. Tidak sedikit beberapa *cake shop* menjual berbagai bahan-bahan membuat *cake* atau roti, beserta dekorasi-dekorasinya. Sedangkan *bakery* yaitu sebuah toko yang memproduksi lalu menjual makanan yang berbahan dasar tepung, lalu dipanggang ke dalam *oven*. Berbeda dengan *patisserie*, *bakery* biasanya menjual produk seperti roti, *pastry* dan *pie* sebagai produk utamanya. Dalam Tugas Akhir ini, penulis akan merencanakan pembuatan bisnis *cake shop* di Kota Magelang. Berdasarkan pengamatan penulis, bisnis usaha ini di Kota Magelang sendiri tergolong tidak terlalu banyak, dan hanya beberapa *cake shop* yang menerapkan konsep atau tema untuk usahanya.

Menurut Hangga Nuarta, *Customer Success Manager at AppsFlyer* (mokapos.com, Rabu (15/05/2019). “Usaha membuat kue ini bisa menjadi peluang bisnis yang mendatangkan *profit* maksimal jika dilakukan dengan strategi yang tepat. Pasalnya, masyarakat Indonesia banyak yang menyukai kue dan kondisi ini terus berlanjut serta tidak pernah berhenti hanya karena muncul *trend* camilan baru. Apalagi sudah menjadi kebiasaan masyarakat untuk selalu menyediakan kue-kue di rumah. Tidak hanya keseharian, saat acara istimewa pun kue selalu disajikan sebagai makanan penting yang harus ada.”

Berdasarkan hasil riset dan obseravasi penulis, berikut merupakan tabel toko-toko kue yang terletak di Kota Magelang, berikut daftar tabel yang dapat dilihat:

Tabel 1. 2

DAFTAR BEBERAPA CAKE SHOP DI KOTA MAGELANG

No.	Cakeshop	Alamat
1.	Fiori Pastry and Bakery	Jl. Pangeran Diponegoro No. 17
2.	Hideout Patisserie	Jl. Jendral Bambang Sugeng No. 449
3.	Oishii Pan	Jl. MT Haryono, Cacaban

Sumber : Olahan penulis, 2022

Berdasarkan data yang didapat oleh penulis dapat disimpulkan bahwa masih sedikit toko kue di Kota Magelang dan belum banyak cake shop yang berkonsep di Kota Magelang, padahal banyak sekali peminat produk-produk yang berhubungan dengan dessert.

Maka dari itu, berdasarkan tabel di atas, penulis memiliki peluang usaha yang besar dan tinggi sehingga penulis bisa membangun usaha cake shopnya yang berkonsep atau bertema “*Rustic*” yang akan dinamakan dengan *The Armours Patisserie*. *The Armours Patisserie* menyediakan beberapa produk *dessert* atau pencuci mulut. Seperti berbagai aneka slice cake ataupun whole, aneka macam pannacotta, dan bomboloni yang memiliki beberapa variasi rasa yang modern. Dengan demikian penulis tertarik untuk membuat Proyek Tugas Akhir Business Plan yang berjudul “**PERENCANAAN BISNIS CAKE SHOP BERTEMA RUSTIC DI KOTA MAGELANG**”.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penulis mengidekan jenis usaha cake shop dengan konsep “Rustic” di Kota Magelang. Yang berencana akan dibangun di daerah Universitas Tidar terletak di Jalan Mayor Unus, Kota Magelang, karena menurut penulis daerah ini merupakan daerah yang tepat, karena berada di tengah kota. Hal ini dijadikan penulis sebagai ladang bisnis untuk di bidang kuliner. Persaingan pasti akan terjadi dalam setiap industri pariwisata terutama pada usaha-usaha kuliner. Tidak hanya usaha kuliner, persaingan bisnis juga pasti terjadi pada bisnis-bisnis lainnya dari berbagai jenis usaha. Hal ini harus dapat diatasi oleh pengusaha dengan melakukan evaluasi serta kekurangan dan kelebihan pesaing tersebut demi menjaga keselarasan dari usaha yang telah kita bangun. Pebisnis dapat mengembangkan dan mempertahankan usahanya dengan mengetahui jenis-jenis pesaing. Berikut merupakan daftar jenis-jenis pesaing dalam bisnis usaha :

1. Persaingan Generik

Persaingan ini lebih dikenal dengan target market atau target pasar yang sama atau memiliki target konsumen yang sama.

2. Persaingan Bentuk

Terjadi karena suatu usaha memproduksi produk hampir mirip dengan bisnis usaha yang lain. Sehingga terjadinya persaingan antar bisnis usaha.

3. Persaingan Industri

Yakni terjadi karena suatu bisnis usaha memproduksi barang yang sama dengan pesaing.

4. Persaingan Merek

Dapat terjadi apabila sebuah usaha menjual produk yang sama dan memiliki range harga yang sama atau hampir sama.

Adapun jenis pesaing usaha di daerah Mayor Unus :

Tabel 1. 3
PESAING USAHA DI KAWASAN MAYOR UNUS

No.	Nama Usaha	Alamat
1.	GSister Cookies and Cakes	Jl. Tidar No. 324
2.	Fifa Cake	Jl. Beringin No. 5
3.	Roti Sami Rasa	Jl. Tobong No. 255 C

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan hasil olahan di atas, cake shop ini berpotensi untuk dibangun dan dikembangkan di daerah tersebut di Kota Magelang. Hal tersebut dikarenakan belum banyak usaha yang serupa dan bertema sama. Dari hasil tabel tersebut, menunjukkan bahwa usaha yang terletak pada kawasan tersebut kebanyakan merupakan usaha rumahan dan belum ada yang memiliki tema.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Untuk merencanakan sebuah bisnis usaha, pengusaha harus memberi nama dan logo dari usaha tersebut yang berfungsi untuk memberi identitas dan mencerminkan brand serta profile perusahaan tersebut yang diharapkan dapat menarik kepercayaan konsumen. Menurut *American Marketing Association* (Kotler, 2000 : 460) merek adalah nama, istilah, tanda,

simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Merek sebenarnya merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. Merek-merek terbaik memberikan jaminan mutu. Akan tetapi, merek lebih dari sekadar simbol.

Berdasarkan pengertian di atas, penulis akan memberikan nama usahanya dengan nama The Armour's Patisserie. Nama brand ini diambil dari nama penulis sendiri yaitu Armourrita. Yang mana semua ide dan perencanaan beraal dari hasil pemikiran penulis sendiri. Dimana bisnis cake shop ini berencana akan dibangun di Kota Magelang tepatnya di Jalan Mayor Unus sekitar Universitas Tidar Magelang. Cake shop ini akan mengangkat tema "*Rustic*". *Rustic* sendiri berarti istilah dekorasi unik yang memiliki kesan alami atau bisa disebut apa adanya dengan mengaplikasikan material unfinished seperti batu-batuan alam, kayu, kulit, dan lain-lain. Rustic ini juga berfokus dengan finishing material yang memiliki tekstur kasar serta kontras, lalu dilengkapi dengan dekorasi pendukung yang sesuai untuk lebih mempercantik sebuah design seperti bunga-bunga atau tanaman liar serta lampu-lampu yang bergantungan.. Cake shop ini akan memadukan gaya rustic dengan desain yang modern.

Selain nama brand atau merek, pengusaha juga harus memiliki logo yang sesuai dengan konsep usaha tersebut yang mencerminkan identitas dari usaha tersebut. Logo juga dapat menarik konsumen, dan mudah diingat oleh konsumen yang akan meningkatkan potensi nilai jual. Oleh karena itu logo adalah hal yang penting dalam membangun identitas sebuah usaha. Menurut Rustan (2013:13) menyatakan bahwa logo adalah penyingkatan dari *logotype*. istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih terkenal daripada *logotype*. Logo biasa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan bahwa logo adalah elemen gambar / symbol pada identitas visual.

Selain nama brand atau merek, pengusaha juga harus memiliki logo yang sesuai dengan konsep usaha tersebut yang mencerminkan identitas dari usaha tersebut. Logo juga dapat menarik konsumen, dan mudah diingat oleh konsumen yang akan meningkatkan potensi nilai jual. Oleh karena itu logo adalah hal yang penting dalam membangun sebuah usaha. Menurut Rustan (2013:13) menyatakan bahwa logo adalah penyingkatan dari *logotype*. istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih terkenal daripada *logotype*. Logo biasa menggunakan elemen apa saja, berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan bahwa logo adalah elemen gambar / symbol pada identitas visual.

Maka berdasarkan teori tersebut, berikut merupakan logo dari brand penulis :

GAMBAR 1. 1
LOGO THE ARMOURS PATISSERIE



Sumber: Desain Penulis, 2022

Dari logo tersebut, penulis mengaplikasikan *background* dengan warna earth tone yaitu putih yang soft agar memberikan kesan yang natural dan apa adanya dengan background yang memberi ilustrasi tentang beberapa produk yang dipasarkan. Selain itu, penulis memberikan bentuk bundar pada pinggir logo memiliki filosofi yang berkesan dinamis, bergerak cepat, tak

terhingga, tidak mempunyai awal maupun akhir dan abadi. Ilustrasi cake di tengah memberikan identitas dan mencerminkan salah satu produk usaha cake shop tersebut.

3. Identitas Bisnis

Salah satu faktor berkembangnya suatu usaha yaitu lokasi yang strategis. Dengan adanya lokasi usaha yang strategis maka akan mudah mendapatkan target pasar yang diinginkan. Penulis telah menentukan lokasi yang tempat untuk membangun usaha penulis. Penulis akan merencanakan pembangunan bisnis cake shop di Mertoyudan Magelang.

Kawasan tersebut memiliki potensial yang tinggi dan bisa mendapatkan target pasar yang penulis targetkan yaitu mahasiswa, karyawan-karyawan kantor, hingga masyarakat Kota Magelang. Karena, kawasan tersebut terdapat beberapa perkantoran, dan berada di titik tengah Kota Magelang.

GAMBAR 1. 2

LOKASI PERENCANAAN USAHA



GAMBAR 1.3



GAMBAR 1.4



GAMBAR 1.5



Sumber : Google Maps

Lokasi ini memiliki luas tanah yang cukup luas yaitu 68 m². Tanah ini sudah memiliki Serifikat Hak Milik (SHM) dan Izin Mendirikan Bangunan (IMB).

1.3 Visi dan Misi

Visi dan Misi, merupakan hal yang paling penting disaat membangun sebuah bisnis usaha. Dimana keduanya menjadi acuan serta landasan, agar perusahaan berkembang sesuai tujuan dan tercapainya target perusahaan. Hal ini penting diketahui oleh semua petinggi serta staff karyawan, agar terjalin kerjasama agar bisa mewujudkan visi dan misi perusahaan bersama-sama. Maka dari itu berikut visi dan misi yang direncanakan oleh penulis:

a. Visi

Menjadi satu-satunya cake shop yang bertema *rustic* di Kota Magelang yang mengutamakan kualitas dan dikenal masyarakat luas dengan jangka 5 tahun kedepan.

b. Misi

- Menghadirkan produk dessert yang lezat, dengan bahan-bahan yang berkualitas baik dan tinggi.
- Menjadi salah satu cake shop di Kota Magelang yang mengusung tema unik.
- Memaksimalkan Sumber Daya Manusia dengan memanusiakan mereka sebaik mungkin, sehingga dapat menjalin kerja sama dan membuat perusahaan tetap berjalan dengan lancar.

1.4 SWOT Analysis

Untuk membangun dan mengembangkan bisnis usaha harus didukung dengan ide-ide dan konsep dengan menganalisa semua faktor usaha yang akan dibuat. Salah satu alat sederhananya dengan menerapkan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strength* atau kekuatan, *Weakness* atau kelemahan. *Opportunities* atau kesempatan, dan yang terakhir *Threats* atau ancaman. SWOT merupakan suatu teknik perencanaan suatu strategi untuk suatu bisnis usaha. Hal ini akan menjadi sebuah tantangan kedepannya bagi para pengusaha. Albert Humphrey merupakan penemu teori SWOT pada tahun 1960an.

Berikut analisis SWOT menurut Albert Humphrey tahun 1960 hingga 1970 :

1. Strengths

Merupakan kekuatan dari bisnis itu sendiri. Seperti memperhatikan kebutuhan konsumen itu sendiri, memperhatikan permintaan setiap konsumen, memberi tanggapan yang cepat atas permintaan konsumen, bisa memberikan harga terbaik bagi konsumen, dan lain-lain.

2. Weakness

Kelemahan dari bisnis itu sendiri. Contohnya lokasi bisnis yang kurang strategis, cash flow yang tidak lancar, tidak cukup memiliki modal, dan sebagainya.

3. Opportunities

Peluang bisnis yang bisa kita ambil dari usaha. Seperti sedang naiknya sektor usaha yang sedang dikembangkan, bisnis usaha didukung oleh pemerintah, persaingan sedikit, dan lain-lain.

4. Threats

Merupakan ancaman dari usaha tersebut. Yakni adanya pesaing yang lebih berpotensi, kurangnya minat masyarakat pada sektor usaha, dan sebagainya.

Tabel 1. 4

ANALISIS SWOT THE ARMOURS PATISSERIE

SW	<p><u>Strenghts</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki variasi rasa yang cukup kekinian. • Bahan yang digunakan menggunakan bahan premium/berkualitas baik. • Memiliki konsep yang unik dan berbeda. • Harga sesuai dengan kualitas yang akan didapat. 	<p><u>Weakness</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk yang mudah ditiru. • Hanya menjual beberapa jenis produk.
OT		
<p><u>Opportunities</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi usaha yang cukup strategis. • Target pasar yang luas. • Belum ada usaha serupa di daerah tersebut. 	<p><u>SO Strategies</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi dengan memanfaatkan sosial media salah satunya Instagram. • Selalu berinovasi seiring adanya trend yang cepat berubah. • Membuat promosi dengan mengadakan diskon atau free product di hari-hari besar atau hari-hari special lainnya. 	<p><u>WO Strategies</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat produk lain yang akan dipasarkan selain cake, pannacotta dan bomboloni. • Menyediakan online service sehingga konsumen dapat memesan melalui sosial media.
<p><u>Threats</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Trend yang semakin cepat berubah. • Akan ada pesaing-pesaing baru. • Banyak produk yang dijual serupa lebih murah. 	<p><u>ST Strategies</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Selalu konsisten mempertahankan kualitas. • Selalu berinovasi dan mengembangkan inovasi. 	<p><u>WT Strategies</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengedepankan keunggulan bisnis. • Melakukan inovasi bisnis.

Sumber: Olahan Penulis, 2022.

Kekuatan-kekuatan yang dimiliki The Armour's Patisserie dapat lebih di olah dan ditingkatkan lagi yang lebih maksimal. Dan kelemahannya akan dievaluasi sehingga bisa diatasi dengan tepat oleh penulis dengan membuat strategi yang efektif dan tepat.

Disini penulis menggunakan Business Model Canvas sebagai gambaran membuat Business Plan ini:

BUSINESS MODEL CANVAS THE ARMOURS PATISSERIE

Business Model Canvas		The Armour's Patisserie	Armourrita Safirs	25 Agustus 2022
Key Partners <ul style="list-style-type: none"> Toko Bahan Kue Toko Percetakan (Sticker dan lain-lain) Toko Penjualan Packaging Toko Penjualan Equipment atau Utensil untuk Baking 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> Membangun marketing yang menarik 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan bahan Berkualitas premium Harga yang tidak Terlalu mahal. Dapat dinikmati oleh semua kalangan 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> Membangun ikatan dengan customer menggunakan sosial media terutama instagram 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa milenial Kota Magelang. Pelajar-pelajar milenial Para pekerja atau Karyawan Wilayah Kota Magelang
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Menggunakan bahan yang berkualitas baik untuk produk. Memiliki SDM yang terjamin di bidangnya masing-masing. 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Instagram Google Whatsapp 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Fixed Cost (Manning Budget, Amortisasi, Depresiasi) Variable Cost (Listrik, Gas, Air, Bahan-bahan) 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Hasil Penjualan 		

1.5 Spesifikasi Produk/Jasa

Nama dan jenis produk dibutuhkan saat membangun sebuah usaha. Dengan tujuan agar suatu usaha memiliki keserasian antara konsep dengan produk yang dijual. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:266), produk merupakan sebagai salah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan sesuatu dan memenuhi kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Produk yang ditawarkan ada 2 macam. Yaitu *tangible* dan *intangible*. Produk *tangible* merupakan jenis barang yang berwujud dan dapat dirasakan oleh panca indera. Dalam artian bisa diraba, dirasakan, dan digunakan. Hal yang perlu diperhatikan saat menjual produk *tangible* yaitu kemasan dan kualitasnya. Kemasan yang menarik akan menarik perhatian konsumen, karena biasanya konsumen pasti akan tertarik membeli dengan melihat kualitas produk tersebut dari kemasannya.

Sedangkan kualitasnya harus sesuai dengan kemasannya, yang tentunya berkaitan dengan performa, rasa, maupun kualitas bahan-bahannya. Berikutnya ada produk *intangible*. Berbeda dengan *tangible*, *intangible* merupakan produk yang tidak nyata. *Intangible* tidak berbentuk fisik dan tidak berwujud karena *intangible* menawarkan jasa dalam artian seseorang akan menjual keahlian, pengetahuan, serta tenaganya. *Intangible* dapat dinilai berdasarkan layanan dan kinerjanya. Seseorang yang bisa memberi layanan terbaik akan menaikkan reputasi perusahaan maupun diri sendiri. Semakin baik reputasinya maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut.

Contoh produk *tangible* pada perencanaan bisnis penulis ini yakni, akan memberikan atau membuat *dessert* yang menarik. Seperti slice cake maupun whole cake dengan kemasan dan dekorasi yang menarik perhatian konsumen, dan produk ini tidak menggunakan bahan yang biasa saja. Selain cake, penulis juga akan menjual pannacota dan bomboloni. Konsumen

akan merasakan produk ini berbeda dari segi rasa dan tampilan. Karena penulis akan memberikan rasa yang terbaik bagi konsumen. Sedangkan *intangibile*, penulis akan mengedukasi staff untuk memberikan pelayanan yang ramah dan hangat. Kemudian toko akan didekorasi sedemikian rupa dengan konsep *rustic*, yang memberi kesan kenyamanan dan keteduhan. Sehingga membuat konsumen betah dengan *ambience* cake shop tersebut.

Berikut daftar menu yang akan disediakan *The Armours Patisserie*:

Tabel 1. 5

DAFTAR MENU THE ARMOURS PATISSERIE

No.	Nama Produk	Jenis Produk
1.	Classic Red Velvet	Cake
2.	Tira miss u	Cake
3.	Tropical Cheese Cake	Cake
4.	Carrot Cake	Cake
5.	Mocca Cake	Cake
6.	Flourless Cake	Cake
7.	Chocolate Fudgy Cake	Cake
8.	Raspberry Panna Cotta	Panna Cotta
9.	Sweet Vanilla Panna Cotta	Panna Cotta
10.	Mango Panna Cotta	Panna Cotta

No.	Nama Produk	Jenis Produk
11.	Milk Choco Panna Cotta	Panna Cotta
12.	Red Velvet Bomboloni	Donut
13.	Vanilla Custard Bombolini	Donut
14.	Cookies and Cream Bomboloni	Donut
15.	Chocolate Bomboloni	Donut
16.	Cream Cheese Bomboloni	Donut

Sumber: Olahan Penulis, 2022.

1.6 Jenis/Badan Usaha

Untuk membangun sebuah usaha, pengusaha harus memilih jenis badan usaha apa yang akan digunakan. Dan badan usaha yang akan digunakan oleh penulis yaitu CV (*Commanditaire Vennootschap*) atau badan usaha perseroan komanditer. CV didirikan oleh seseorang atau 2 orang yang mempercayakan modal mereka terhadap diri mereka sendiri. Orang-orang tersebut akan memimpin dan membuat perusahaan itu sendiri dan diberikan kepercayaan untuk berjalannya usaha tersebut. Menurut Mollengrafa, terlepas dari peran badan usaha, disebutkan bahwa badan usaha digambarkan sebagai kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan bersifat keluar untuk bisa mendapatkan sebuah penghasilan dengan melakukan kegiatan produksi di dalamnya. Hasil tersebutlah kemudian diperdagangkan secara

bebas di masyarakat. Badan usaha perseroan komanditer atau biasa dikenal dengan CV merupakan badan usaha resmi oleh negara, dan diatur dalam undang-undang pasal 16-35 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHD).

1.7 Aspek Legalitas

Untuk mendirikan sebuah usaha, tentunya kita harus mendapatkan perizinan dari pihak-pihak yang berwenang dan berwajib. Karena usaha ini didirikan bertujuan untuk mencari keuntungan. Aspek legalitas atau aspek hukum bisnis merupakan sikap mengendalikan dan menyasati kemungkinan munculnya permasalahan dan resiko kerugian sehingga dapat dihindari dan diminimalisir. Menurut Dr. Johannes Ibrahim, SH, M.Hum menyatakan bahwa hukum bisnis merupakan seperangkat kaidah hukum yang diadakan untuk mengatur serta menyelesaikan berbagai macam persoalan yang muncul dalam kegiatan antar manusia, khususnya dalam bidang perdagangan.

Jenis-jenis perizinan usaha yang harus dilakukan:

- a) Izin Lokasi
 - Sertifikat/Akte Tanah.
 - Bukti pembayaran PBB.
 - Akta Pendirian (Akta Notaris yang berisi AD/ART badan hukum usaha).
 - Surat Keterangan Domisili Usaha, bukti adanya persetujuan dari RT/RW/Kecamatan/Kelurahan.
- b) Izin Usaha
 - Akte pendirian usaha dari notaris setempat PT/CV atau berbentuk badan hukum lainnya.
 - NPWP, yang dikeluarkan oleh dinas pajak setempat. Untuk itu diperlukan dokumen akta notaris, FC KTP pemilik, Surat Keterangan Domisili.

- Surat tanda daftar perusahaan, yang wajib didaftarkan di Kementerian Perindustrian & Perdagangan kemudian akan mendapatkan nomor Tanda Daftar Perusahaan atau TDP.
- Surat izin tempat usaha dan surat tanda rekanan dari pemda setempat.
- Surat Izin Usaha Perdagangan setempat yang dikeluarkan oleh Kepala Kantor Perindustrian dan Perdagangan untuk investasi dengan nilai di atas Rp. 200.000.000.
- Surat tanda terbit yang dikeluarkan oleh Kanwil Departemen
- Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP). Dikeluarkan oleh Kepala Kantor Kementerian Perindustrian dan Perdagangan untuk perusahaan dengan nilai investasi hingga Rp. 200.000.000.

Produk atau usaha kita sudah dianggap resmi dan legal jika kita sudah memiliki:

- P-IRT atau Pangan Industri Rumah Tangga
- SP atau Surat Penyuluhan.
- BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan).
- Halal MUI
- SNI atau Standar Nasional Indonesia
- Standart Kualitas (ISO 22000 dan HACCP).

c) Izin Gangguan

- Mengisi formulir permohonan.
- Surat pernyataan dari tetangga sekitar. Minimal 1 tetangga kanan, kiri, depan, dan belakang.
- Surat pernyataan diketahui oleh kepala kelurahan setempat.
- Fotokopi surat IMB.
- Fotokopi surat keterangan bukti hak tanah atau surat keterangan status tanah.

- Fotokopi akta pendirian perusahaan.
- Fotokopi KTP dan NPWP
- Fotokopi PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) yang sudah lunas.
- Fotokopi UKL dan UPL.