

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Makan dan minum adalah salah satu kebutuhan primer manusia. Hal yang berkaitan dengan makanan dan minuman biasa disebut dengan kuliner. Kata “kuliner” merupakan adaptasi dari bahasa Inggris yaitu *culinary*, *Culinary* memiliki makna yang berkaitan dengan masakan (Chol, dan Shadily 2000:2). Masakan yang dimaksud adalah sesuatu yang bisa dikonsumsi manusia yaitu dapat berupa makanan dan minuman.

Dalam perkembangannya kuliner menjadi salah satu lahan bisnis yang digemari oleh masyarakat. Bisnis kuliner merupakan suatu usaha yang bergerak di penjualan makanan dan minuman. Bisnis kuliner melingkupi kafe kekinian, katering, pedagang kaki lima dan UMKM (Ayu, 2022:2). Bisnis kuliner Indonesia, merupakan industri yang sangat vital bagi perkembangan perekonomian Indonesia.

Di zaman modern ini, perkembangan kehidupan komersial dan bisnis kuliner berkembang sangat pesat menciptakan peluang dan tantangan, diikuti dengan perubahan pola hidup manusia yang bergerak dengan cepat, membuat manusia menginginkan suatu barang hingga makanan dengan cara yang instan.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini merupakan salah satu kota metropolitan menurut klasifikasi ukuran kota, dengan luas wilayah 210,49 km. Pemerintah Kota Bekasi memprediksi jumlah masyarakat di wilayah meningkat di tahun 2022, yaitu

mencapai 3,6 juta jiwa. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bekasi jumlah keseluruhan penduduk di wilayah Kota Bekasi mencapai 13.543.574.112.123.

Menurut Rachman (2015 : 6) UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) merupakan bagian penting dari perekonomian suatu negara atau daerah, dan negara Indonesia. Berbicara tentang UMKM, Pemkot Bekasi telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung UMKM di antaranya Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi yang memperkuat jiwa wirausaha UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Landasan hukum yang membantu UMKM di Kota Bekasi terdapat dalam Peraturan Wali Kota Bekasi nomor 84 tahun 2016 yang berfungsi mengadakan pelayanan dan pembinaan kepada UMKM.

Menurut Alfian Alfarisi (2019:3) dalam melakukan perencanaan bisnis ini penulis menggunakan metode *Business Model Canvas* yang dimaksud dengan *Business Model Canvas* adalah alat pembuatan model bisnis yang kuat yang dapat digunakan untuk memahami, mendesain, dan mengimplementasikan model bisnis yang ada secara sistematis atau membuat model bisnis baru. Ini mencakup 9 elemen berbeda dihubungkan bersama sebagai kunci penting untuk menciptakan model bisnis yang sukses.

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, didapatkan data setelah melakukan penelitian melalui jurnal Universitas Pahlawan menurut Nurul Azzahra (2022 :4) hal yang sedang umum terjadi di kalangan remaja di kota Bekasi saat ini atau tren yang ramai terjadi adalah *Body Image Negativity*.

Menurut Denich dan Ifdil (2015:1) *body image negative* ialah pengalaman individu ketika kondisi fisiknya tidak sesuai dengan konsep ideal,

individu tersebut merasa kekurangan terhadap penampilan diri sendiri dan merasa kurang percaya diri. Hal ini memiliki efek kesehatan negatif sebagai contoh harga diri rendah, depresi, dan berkurangnya aktivitas fisik serta kebiasaan makan. Fenomena yang terjadi pada masa remaja adalah kekhawatiran dan ketakutan akan masa pubertas karena sebagian besar remaja meluangkan waktu luangnya dengan aktivitas tidak aktif dan merubah gaya hidup dan konsumsi sesuai tren tanpa mengetahui bahan-bahan minuman dan makanan yang dikonsumsi.

Body image negative yang timbul pada remaja dapat dicegah melalui 3 komponen dasar yaitu mendidik tentang efek berbahaya dari pengendalian berat badan yang tidak sehat, membantu pengelolaan berat badan yang sehat menggunakan prinsip nutrisi, mengonsumsi makanan sehat dan diet dengan melakukan aktivitas fisik. Analisa lingkungan yang penulis lakukan selanjutnya berdasarkan artikel melalui purposive sampling dan kuisioner google form terhadap remaja di Bekasi menyatakan bahwa 96% remaja di Bekasi mengonsumsi *junkfood* dan *snack* yang mengandung *MSG* berlebih. Hal ini disebabkan lantaran para remaja memiliki permasalahan dalam membutuhkan makanan dan minuman praktis tanpa memperhatikan kesehatan. Dampak dari pola konsumsi yang buruk 14 remaja mengalami obesitas.

Menurut data <https://yankes.kemkes.go.id/> Kementerian Kesehatan 2023 meskipun sudah menjadi rahasia umum bahwa *junk food* bukanlah jenis makanan sehat, masyarakatlah umumnya kaum remaja masih banyak yang mau makan *junk food*. Selain rasanya yang enak, tampilan menarik juga praktis, harga yang cenderung murah menjadi pertimbangan bagi para remaja untuk

membeli *junk food*. Remaja yang tidak mau menghabiskan uang sakunya untuk makan sehat tetapi untuk makanam *junk food*. Hal ini berdampak pada kesehatan anak remaja dimana *junk food* hal ini menyebabkan peningkatan lemak tubuh yang tidak seimbang. Akibatnya, penuaan dini, penyakit degeneratif seperti hipertensi dan diabetes bisa menyerang tubuh remaja jika terus berlanjut.

Dalam rangka membantu para remaja di Bekasi berdasarkan 3 langkah dasar yang bisa diambil untuk mencegah berkembangnya cita tubuh yang negatif dapat dilakukan melalui pengadaan *outlet* minuman serta makanan sehat yang praktis untuk dikonsumsi. Makanan sehat menurut Hanifa, N dan Luthfeni (2006:1) adalah makanan yang tergolong dalam kelompok makanan 4 sehat 5 sempurna yaitu higienis, memiliki gizi dan nutrisi yang baik dan seimbang. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Maret melalui artikel Peneliti Pola Makan, gandum, buah dan kacang-kacangan merupakan jenis makanan sehat yang dibutuhkan oleh tubuh untuk menjaga gaya hidup sehat.

Dari media kuisisioner juga dapat diketahui bahwa para remaja merasa tertarik dengan minuman serta makanan sehat.

Penulis telah menyebarkan kuisisioner yang dibuat dan disebarluaskan pada tanggal 26 Maret 2023 – 9 April 2023 dan mendapatkan 113 Responden dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Peminat Minuman dan Makanan Sehat di Bekasi
n 113

PERYATAAN	PRESENTASE
Usia	40,7 % (19 Tahun) 23,9% (17 Tahun) 12,4 % (18 Tahun) 9,7 % (16 Tahun) 7,1 % (15 Tahun) 3,5 % (14 Tahun)
Peminat yang mengonsumsi <i>junk food</i>	46,9 % (2-3x seminggu) 41,6 % (1x seminggu) 11,5 % (Setiap hari)
Peminat mengetahui dampak dari mengonsumsi <i>junk food</i>	92% (Ya) 8% (Tidak)
Peminat yang mengonsumsi makanan sehat	47,8 % (2-3x seminggu) 45,1 % (Setiap hari) 7,1 % (1x seminggu)
Peminat yang mengetahui manfaat dari mengonsumsi minuman dan makanan sehat	94,7 % (Ya) 5,3 % (Tidak)
Peminat yang mengetahui pentingnya manusia mengonsumsi minuman dan makanan sehat	82, 3 % (Sangat penting) 15 % (Penting) 0,9 % (Tidak penting)

Tabel 1.1
(Lanjutan)

Peminat yang membutuhkan minuman serta makanan sehat di Bekasi	49,6% (Sangat butuh) 38,9% (Butuh) 9,7 % (Biasa saja)
Biaya yang akan Anda keluarkan untuk minuman dan makanan sehat	44,4 % (Rp 10.000 – Rp 15.000) 29,6% (Rp 20.000 – Rp 25.000) 11,1 % (Rp 30.000 – Rp 35.000)

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Setelah menimbang hal ini kota Bekasi menjadi kota yang sangat berpeluang mendirikan sebuah bisnis kuliner yang bergerak di bidang minuman dan makanan sehat.

Dilansir dari *World Health Organization* usia yang bisa dikatakan sebagai remaja adalah 10-19 tahun. Jumlah remaja usia 10 - 19 tahun di kecamatan Bekasi Selatan mencapai kurang lebih 166,250 jiwa.

Dapat dilihat dari data tersebut penduduk remaja yang tinggal di kecamatan Bekasi Selatan berpeluang besar menjadi sasaran utama konsumen dalam bisnis yang akan dibangun oleh penulis.

Berdasarkan penelitian lingkungan melalui aspek sosial, tren, dan ekonomi yang telah dilakukan oleh penulis, ide bisnis yang akan dilakukan penulis yaitu membuat bisnis kuliner dengan produk minuman dan makanan sehat dengan produk susu soya atau susu kacang kedelai dan roti gandum

Penulis akan melakukan penelitian sebuah bisnis kuliner yang akan dituangkan ke dalam Usulan Penelitian dengan judul **“Perencanaan Bisnis Kedai Soygan di Kota Bekasi”**

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Salah satu permulaan dari sebuah bisnis kuliner ditandai dengan adanya suatu ide. Hal yang menjadi dasar dari ide perencanaan bisnis kuliner ini bagi penulis adalah membantu kebutuhan para remaja di kota Bekasi dalam rangka memperoleh minuman dan makanan sehat dan mudah untuk dikonsumsi.

Bisnis kuliner yang direncanakan oleh penulis adalah mendirikan sebuah *outlet* dengan metode pelayanan *fast service* dan hanya melayani konsumen dengan *take away* dan *delivery*, tidak untuk dikonsumsi di tempat.

Dengan deskripsi yang sudah disebutkan diharapkan *Soygan* mampu memenuhi kebutuhan konsumen yaitu remaja di Bekasi dengan tuntutan praktis, cepat dan mengenyangkan.

Nilai jual yang ingin penulis upayakan dalam bisnis ini adalah memudahkan para remaja dalam memperoleh minuman serta makanan sehat yang praktis untuk dikonsumsi. Para remaja ingin memenuhi kebutuhan makannya pada waktu yang sedikit, nilai kedua yang ingin di upayakan oleh penulis adalah dengan menyediakan keterangan kalori pada setiap minuman dan makanan yang di produksi oleh *SoyGan* sehingga dapat membantu para remaja yang ingin melakukan diet dengan cara tetap memperhatikan gizi dari produk yang dikonsumsi.

Menurut Santai Widiastuti (2022 : 01) Kedai didefinisikan sebagai bukan istilah untuk tempat makan, melainkan dalam KBBI diartikan sebagai bangunan tempat berjualan. Sedangkan kedai susu menurut KBBI diartikan

sebagai toko atau tempat yang menjual air susu. Mengacu pada pengertiannya kata kedai sendiri sangat sesuai dengan konsep SoyGan yang akan berjualan makanan serta minuman sehat di sebuah bangunan dengan konsep penjualan hanya melayani pembelian secara *offline* dengan sistem *take away* dan *online* secara *take away*, kedai SoyGan tidak melayani pembelian secara *dine in*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Pembuatan nama dan logo adalah tanda pengenal suatu usaha yang tidak dapat diabaikan karena memiliki tujuan tersendiri dan menjadi salah satu bentuk identitas perusahaan. Logo adalah presentasi penampilan visual dalam menarik konsumen untuk mengunjungi tempat usaha, logo ibarat bagian tubuh yang dapat mengekspresikan produk sebuah usaha. Adi Kusrianto (2007:28)

Dalam merencanakan bisnis kedai SoyGan, penulis telah menciptakan nama dan logo yang nantinya akan digunakan dalam operasional SoyGan.

- Nama

Penulis menamai perencanaan bisnis kedai ini dengan SoyGan mengapa penulis memilih SoyGan sebagai nama dari kedai ini, karena SoyGan merupakan singkatan dari soya dan gandum yang di mana kedua produk tersebut merupakan produk utama dari perencanaan bisnis ini, penulis juga berharap nama SoyGan yang singkat dapat membuat konsumen lebih mudah mengingat nama *brand* ini.

- Logo

Setelah memilih nama, penulis juga merencanakan dan memilih desain logo untuk SoyGan. Logo adalah representasi, karakter atau ekspresi visual yang selalu dikaitkan sebagai bentuk identitas dan bagian dari identitas perusahaan. Sebagai identitas, logo ibarat bagian dari tubuh yang dapat mengekspresikan apa yang menjadi inti dari produk atau perusahaan (Adi Kusrianto, Pengantar desain komunikasi visual. (2007:28)).

Berikut ini adalah desain dari logo kedai SoyGan yang telah dibuat oleh penulis :

Gambar 1. 1
Logo Usaha Kedai SoyGan



Sumber : Desain Penulis, 2023

Makna logo SoyGan yaitu :

- Logo SoyGan memiliki karakter *simple* dengan tujuan mudah diingat oleh konsumen.
- Tulisan SoyGan yang berarti *Soya* dan *Gandum* dan semakin jelas dengan penulisan *milk and bread* mengartikan produk yang dijual adalah susu *soya* dan roti gandum.

- Icon dari logo ini adalah biji kedelai dengan menggunakan topi gandum sambil memegang susu mengartikan produk yang dijual dari perencanaan kedai SoyGan.
- Warna dasar dari logo kedai SoyGan adalah gradasi dari warna kuning yang memiliki arti energi pengharapan, optimisme dan kebahagiaan dengan warna *orange* yang mengartikan energi kesehatan dan kehangatan dapat disimpulkan bahwa penulis berharap SoyGan bisa menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin menerapkan gaya hidup sehat dengan optimis menjaga kesehatan dan membawa konsumen kepada kebahagiaan setelah menikmati produk ini.

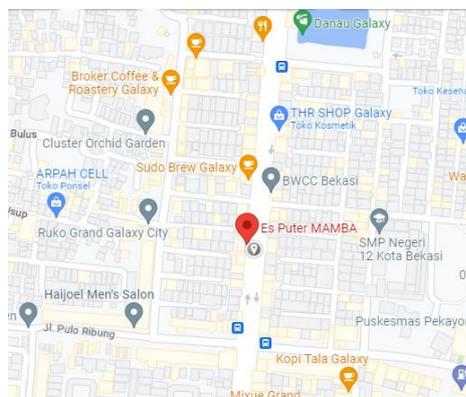
3. Identitas Bisnis

Perencanaan SoyGan berlokasi di Jl. Pulo Sirih Utama Ruko Grand Galaxy City Blok FE No. 333, RT. 005/RW. 019, Jaka Setia, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi.

Lokasi dari kedai SoyGan dapat dilihat pada gambar 2 dengan tanda titik merah bersebelahan dengan lokasi Es Puter Mamba.

Gambar 1. 2

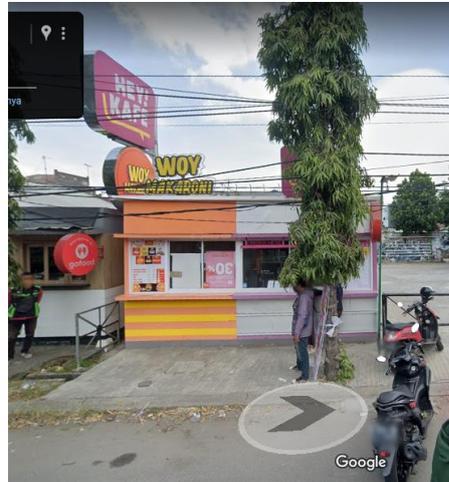
Lokasi Usaha



Sumber : Laman Google Maps 2023

Gambar 1. 3

Lokasi Usaha



Sumber : Laman Google Maps, 2023

Lokasi yang berdekatan dengan sekolah, tempat tinggal masyarakat, dan tempat bimbingan belajar menjadikan penulis menetapkan usaha di lokasi tersebut.

Disamping itu tempat ini sangat strategis karena berada di pinggiran dan dilalui oleh setiap masyarakat walaupun lokasi berada di pinggir jalan namun tetap memiliki akses lahan parkir yang memadai hal inilah yang menjadi keunggulan dari lokasi penulis.

1. Data Perusahaan :

- Nama Perusahaan : Kedai SoyGan
- Bidang Usaha : Kuliner
- Jenis Produk : Makanan dan minuman sehat

- Alamat Perusahaan : Jl. Pulo Sirih Utama Ruko Grand Galaxy City Blok FE No. 333, RT. 005/RW. 019, Jaka Setia, Kec. Bekasi Selatan, Kota Bekasi.

- Bentuk Badan Hukum : *Comanditaire Venootschap*

2. Data Pendiri Perusahaan :

- Nama : Angelina Claudia Putri

- Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 25 Mei 2002

- Alamat Rumah : Jl. Kain 1 No. 44 Rt 04 Rw. 01 Kota Bekasi

- Telepon : 0895 2755 0049

- E-mail : angelinacps05@gmail.com

C. Visi dan Misi

Setiap usaha yang didirikan harus memiliki visi, misi dan tujuan yang dapat dicapai, hal ini berbeda antara satu usaha yang dengan usaha yang lainnya. Visi dapat didefinisikan sebagai tujuan, keinginan, atau visi masa depan sedangkan yang dimaksud dengan misi ialah mengacu pada aspirasi, pemikiran atau langkah formal untuk mengimplementasikan sebuah visi yaitu tindakan untuk memperjelas apa yang diinginkan pemilik bisnis atas dasar dari bisnis yang dilakukan sekarang pergi ke masa depan yang akan datang. Hendro (2011:4-7)

Dalam perencanaan bisnis SoyGan visi yang ingin dicapai oleh penulis adalah menjadi Kedai minuman dan makanan sehat favorit di Bekasi. Penulis juga memiliki misi sebagai langkah mencapai visi yang

telah dirancang oleh penulis upaya dalam menjalani usaha ini dapat berlangsung dengan sempurna. Misi SoyGan adalah:

1. Menyediakan produk susu kedelai dan roti gandum dengan kualitas produk yang higienis dan tidak mengandung pengawet.
2. Proses pembelian mudah diakses oleh semua remaja dan kalangan lainnya dengan selalu aktif dalam media sosial dan bekerja sama dengan *ecommers*.
3. Membentuk pelayanan yang profesional dengan selalu menerapkan etika bisnis yang baik dan benar.
4. Menjaga konsistensi produk dan layanan demi kepuasan pelanggan *outlet* SoyGan.

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT (SWOT analysis) merupakan upaya untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja suatu perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*). Richard (2010:253) Berdasarkan teori yang dikemukakan penulis, maka analisis SWOT terhadap perencanaan bisnis SoyGan adalah sebagai berikut:

1. Strength

Strengt atau kekuatan dari SoyGan yang ingin penulis bagi menjadi beberapa poin yaitu:

- Kompetensi Sumber Daya Manusia yang dipekerjakan memiliki kinerja yang baik dalam membuat produk yang akan dijual.
- Lokasi usaha berada di daerah yang sering dilalui oleh masyarakat.
- Menu bervariasi dengan bahan baku produksi berkualitas dan mudah didapatkan.

2. Weakness

Weakness atau kelemahan yang penulis temui pada perencanaan usaha kedai SoyGan adalah sebagai berikut :

- Pengiriman atau pembelian jarak jauh berpotensi membuat packaging dan bentuk produk rusak tidak sesuai dengan standar.
- Produk susu soya yang dijual hanya bertahan 4 hari dengan suhu kulkas umumnya di bawah 4°.

3. Opportunities

Opportunities atau peluang yang penulis Analisa dari usaha ini adalah sebagai berikut :

- Dekat dengan sekolah, tempat tinggal masyarakat dan tempat bimbingan belajar.
- Belum memiliki pesaing produk.

4. Threats

Threats atau ancaman yang telah di analisa oleh penulis dalam perencanaan usaha kedai SoyGan adalah sebagai berikut :

- Semakin banyak orang yang ingin berwirausaha sehingga memungkinkan muncul semakin banyak pesaing yang ingin mencoba usaha serupa.
- Kondisi ekonomi masyarakat yang berbeda-beda.

Berikut merupakan table matriks SWOT yang memuat strategi yang akan penulis lakukan berdasarkan SWOT yang telah dianalisis sebelumnya :

Tabel 1. 2
Matriks SWOT Kedai SoyGan

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunity</i>	<p>S : Lokasi usaha terletak di Kawasan yang sering dilalui oleh masyarakat.</p> <p>O : Tidak memiliki pesaing produk.</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-O</p> <p>Memaksimalkan promosi mengenai outlet Soygan melalui spanduk dan media social seperti Instagram dan tiktok.</p>	<p>W : Pengiriman atau pembelian jarak jauh berpotensi membuat packaging dan bentuk produk rusak tidak sesuai dengan standar.</p> <p>O : Dekat dengan sekolah, tempat tinggal masyarakat dan tempat bimbingan belajar.</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-O</p> <p>Melakukan awal promosi dengan cara membagikan produk dari outlet SoyGan secara gratis dan packaging yang menarik kepada masyarakat.</p>

<p><i>Threat</i></p>	<p>S : Kompetensi Sumber Daya Manusia yang dipekerjakan memiliki kinerja yang baik dalam membuat produk yang akan dijual.</p> <p>T : Semakin banyak orang yang ingin berwirausaha sehingga memungkinkan muncul semakin banyak pesaing yang ingin mencoba usaha serupa.</p> <p style="text-align: center;">Strategi S-T</p> <p>Selalu memastikan konsistensi kinerja dari SDM outlet SoyGan dan meningkatkan kinerja SDM.</p>	<p>W : Produk susu soya yang dijual hanya bertahan 4 hari dengan suhu kulkas umumnya di bawah 4°.</p> <p>T : Kondisi ekonomi masyarakat yang berbeda-beda</p> <p style="text-align: center;">Strategi W-T</p> <p>Menawarkan harga produk yang terjangkau sesuai dengan rata-rata ekonomi masyarakat didukung dengan menu yang memiliki variasi rasa menyesuaikan dengan selera masyarakat.</p>
----------------------	---	---

Sumber : Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk yaitu serangkaian proses yang memberikan informasi yang tepat dan terukur tentang tujuan produk. Arif Budiyanto (2014:1). SoyGan merupakan usaha yang bergerak di bidang pembelian minuman dan makanan sehat.

Sebagai produk minuman dan makanan sehat tentunya bahan baku dari SoyGan sendiri sangat diperhatikan kualitas dan kebersihannya. Produk unggulan yang ditawarkan oleh kedai SoyGan adalah susu kedelai dan roti gandum dengan berbagai varian rasa, berikut merupakan menu produk yang akan disediakan oleh kedai SoyGan.

SoyGan merupakan sebuah rencana bisnis kuliner minuman dan makanan sehat dengan susu soya dan roti gandum menjadi produk utama. Menurut data <https://linisehat.com/> susu kacang kedelai atau *soy milk* adalah salah satu *plant based milk* yang merupakan produk minuman hasil ekstraksi tumbuh-tumbuhan dan konsistensi yang hampir sama dengan susu sapi. Sumber asam lemak dari *soy milk*

mengandung zat fitosterol yang baik untuk membantu kadar kolesterol darah. Gandum adalah jenis makanan yang baik untuk kesehatan jantung kaya akan kandungan serat sehingga dapat menjaga kadar gula darah. Mengonsumsi makanan sehat yang cukup dapat membantu pengaturan berat badan yang sehat.

Bahan makanan serta minuman berbasis susu kacang kedelai dan gandum cenderung memiliki harga yang terjangkau sehingga berpengaruh pada harga produk yang bisa ditawarkan kepada calon konsumen yaitu remaja di kota ini.

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah orang atau kelompok yang melakukan kegiatan ekonomi dan mempunyai bentuk hukum tertentu, sebagaimana dituangkan dalam akta pendirian perusahaan yang dibuat oleh notaris. Kurniawan (2014:10). Salah satu bentuk badan usaha adalah Perseorangan.

Perusahaan perseorangan ialah pemilik tunggal perusahaan dimiliki, dikelola dan dikelola seseorang yang bertanggung jawab penuh pada semua risiko dan proses yang di alami perusahaan. Ardhiyanto (2017:84)

Menurut Hanim (2017: 84) CV bentuk bisnis ini sering digunakan Usaha kecil atau *startup* Transaksi bisnis, misalnya dalam bentuk toko, restoran tempat kerja dan lain-lain. Meskipun jumlah perusahaan yang ada relatif besar. Volume penjualan masing-masing relatif kecil dibandingkan dengan perusahaan lain..

Untuk pendirian perusahaan perseorangan, izin yang dikenakan secara relatif dapat dikatakan lebih ringan dan sederhana persyaratannya dibandingkan dengan jenis perusahaan lainnya.

Jenis badan usaha ini memiliki sistem informasi manajemen yang independen dan tidak ada intervensi atau campur tangan langsung dari pihak lain, seperti negara. Usaha Perseorangan cenderung bekerja dengan alat dan teknologi produksi yang relatif sederhana. Selain itu, modal yang dibutuhkan untuk proses produksi cukup kecil, sehingga jumlah produk yang dihasilkan juga sedikit. Jumlah karyawannya tidak banyak. Namun jenis kepemilikan perseorangan ini juga dapat menghasilkan pendapatan yang cukup jika pemilik bisnis dapat mengelolanya dengan bijak.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan tanda terbentuknya hukum suatu usaha yang menjual produk atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Selain legalitas resmi, penggunaan yang dioperasikan memenuhi standar fungsional dan keamanan, menandakan bahwa setiap produk layak untuk dikonsumsi, dan tentunya demi mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Berikut ini adalah aspek legalitas yang berlaku pada perencanaan bisnis outlet SoyGan, yaitu:

1. UU No.3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan
2. Undang – Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) tentang pengamanan makanan dan minuman dan izin edar.
3. Undang- Undang Hukum sewa menyewa properti yang di atur dalam Kitab perdata pasal 1548 dan 1381
4. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang pengurusan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

5. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013 NPWP tentang kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak
6. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 36 Tahun 2005 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang – Undang Nomor 28 Tahun 2002 Tentang Pembangunan Gedung berupa pembuatan Izin Mendirikan Bangunan (IMB)
7. Peraturan Pemerintah (PP) No. 44 Tahun 1994 tentang jaminan hukum kepemilikan *property*
8. Peraturan Pemerintah No.36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (UU Kesehatan) tentang pengamanan makanan dan minuman izin edar.
9. Peraturan Daerah Kota Bekasi Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Pajak Restoran