

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini bisnis di bidang makanan dan minuman adalah salah satu jenis bisnis yang tidak akan pernah ada matinya, Selama manusia hidup pasti akan membutuhkan makanan dan minuman. Dengan begitu, selama masih ada manusia hidup, bisnis makanan dan minuman akan terus ada. Gaya hidup Sebagian masyarakat juga berubah, sehingga mereka memilih membeli makanan daripada membuatnya di rumah. Normalnya satu orang membutuhkan tiga kali makan dalam sehari jika satu orang saja membutuhkan paling tidak tiga porsi setiap harinya, sehingga dapat kita bayangkan berapa porsi yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam suatu wilayah, tentunya sangat besar, oleh karena itu bisnis di bidang makanan dan minuman ini merupakan salah satu pilihan yang menjanjikan . A Yahya (2012)

Pada saat ini bisnis di bidang makanan dan minuman sedang bangkit dari keterpurukan setelah melewati masa – masa pandemi, tidak dapat terpungkiri bahwa Covid-19 telah merubah kebiasaan masyarakat termasuk dalam hal berbelanja, imbas dari Covid-19 sangat berdampak pada sektor ritel atau restoran yang selama ini ditopang dengan penjualan secara *offline*. Apalagi banyak masyarakat yang dialihkan kepada digital sehingga penjualan secara *online* meningkat sangat signifikan namun itu semua terjadi ketika Covid sedang naik di Indonesia, Namun kini semua sedang berangsur-angsur pulih,

setelah pandemic berakhir dan ekonomi kembali dibuka, banyak masyarakat yang kembali lagi seperti dulu yaitu berbelanja *offline*, menikmati makan di restoran atau rumah makan, atau berkumpul bersama teman di cafe dikarenakan kebiasaan orang Indonesia yang sering berkumpul untuk melakukan interaksi sosial.

Pada saat ini, para pengusaha di bidang makanan dan minuman sedang membenahi bisnis mereka setelah sekian lama terhenti penjualannya dikarenakan dampak *pandemic* sendiri, persaingan jasa layanan maupun bisnis di bidang makanan dan minuman semakin kuat, secara khusus sektor ini bertanggung jawab atas semua kegiatan kebutuhan jasa pelayanan makanan, minuman, maupun kebutuhan lain. Meningkatnya permintaan dan minat konsumen sangat berpengaruh pada meluasnya usaha – usaha tempat penyedia makanan dan minuman. Untuk memenuhi kebutuhan serta permintaan pasar dengan angka konsumsi masyarakat yang semakin meningkat, Lapo menjadi salah satu tempat penyedia makanan dan minuman.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), lapo berasal dari kata lepau, dahulu istilah ini merujuk kepada beranda di belakang rumah yang dipergunakan sebagai dapur di Sumatra Utara, tempat ini selalu identik dengan rumah makan khas batak. Sesuai dengan aksen batak, lepau tersebut terlafal sebagai lapo. Tradisi Lapo tersebut lahir dari konsep pemukiman Batak tradisional yang ada di Tanah Batak, sekitaran Danau Toba, Tapanuli Utara. Lapo di Medan adalah sebutan untuk rumah makan tradisional yang menyajikan makanan khas daerah Medan, namun sebenarnya lapo merupakan

kedai atau warung, jadi kata lapo bisa diartikan sebagai kedai makanan dan minuman. Martin (2020)

Lapo sendiri tak selalu menyajikan makanan non halal, Ketika kita langsung datang ke Medan, di sana banyak lapo dan aslinya memang tidak menyajikan makanan non halal. Justru Lapo yang menyajikan B1 dan B2 biasanya terletak agak jauh dari jalan utama. Istilah B1 dan B2 kerap digunakan sebagai bahasa halus untuk menyebut olahan daging anjing dan daging babi. Defara Millenia (2022). Melihat bahwa usaha bisnis kuliner di Indonesia adalah usaha yang cukup berkembang dengan pesat, banyak wirausaha yang bersaing untuk menawarkan produk atau jasa di bidang kuliner termasuk di Kota Cimahi.

Perkembangan bisnis makanan dan minuman di Kota Cimahi setelah pandemi memiliki kenaikan yang cukup signifikan, Walaupun Kota Cimahi hanya terdiri dari tiga kecamatan yang dibagi lagi atas 15 kelurahan Namun dari data yang diambil dari DISDUKCAPIL (Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil) Kota Cimahi memiliki jumlah penduduk sebanyak 562.160 jiwa, yang terdiri dari 282.557 jiwa dengan jenis kelamin laki laki dan 279.603 jiwa dengan jenis kelamin perempuan.

Jumlah populasi di Kota Cimahi tersebut sangat mempengaruhi perkembangan bisnis makanan dan minuman di Kota Cimahi, Selain itu dikarenakan letak geografis Kota Cimahi yang strategis, sangat memungkinkan untuk pendatang dari luar Kota Cimahi yang akan melintas untuk bersinggah terlebih dahulu, hal ini dikarenakan kota cimahi terletak ditengah Kabupaten Bandung, Kota Bandung, dan Kota Bandung Barat. Ditambah dengan adanya

perguruan tinggi swasta di Kota Cimahi yang cukup terkenal di Indonesia sebagai contohnya yaitu Kampus Unjani yang dapat menambah kunjungan wisatawan domestik yang berpengaruh terhadap menambahnya jumlah daya beli serta daya konsumsi masyarakat di Kota Cimahi. Berdasarkan data yang ada penulis juga melakukan riset yang bertujuan untuk melihat ketertarikan masyarakat khususnya yang tinggal di Kota Cimahi akan makanan dan minuman khas yang berasal dari Sumatera Utara dengan melakukan pengajuan kuesioner terhadap sejumlah responden yang ada, dan berikut adalah hasil angket kuesioner :

Tabel 1. 1
SURVEY LINGKUNGAN MELALU KUESIONER
n = 80

Kuesioner	Hasil Kuesioner
Apakah pekerjaan anda ?	Pelajar : 16,6 % Mahasiswa : 30 % Wirausaha : 8,2 % Lainnya : 44,9 %
Berapakah usia anda saat ini?	16 – 20 th = 3% 21 – 25 th = 16% 25 – 30 th = 8% >30 th = 38%
Apakah anda mengetahui / mencoba makanan Lapo ?	YA = 62 % TIDAK = 38 %
Apakah anda tertarik mencoba masakan khas Sumatera Utara?	YA = 94 % TIDAK = 6 %

<p>Berapakah biaya yang anda keluarga sekali pergi makan ke rumah makan/restoran ?</p>	<p>30.000-60.000 = 76%</p> <p>60.000-100.000 = 16%</p> <p>100.000-150.000 = 6%</p> <p>>150.000 = 2%</p>
<p>Apakah anda tertarik mencoba konsep baru di Lapo ini?</p>	<p>YA = 92 %</p> <p>TIDAK = 8 %</p>
<p>Apakah anda tertarik mencoba makanan halal di Lapo ini?</p>	<p>YA = 98%</p> <p>TIDAK = 2 %</p>

Tabel diatas merupakan hasil dari survey lingkungan yang dilakukan penulis dengan teknik pengumpulan data melalui pengisian kuesioner yang telah penulis buat melalui *Google Form* dan terdapat sekitar 80 responden yang berpartisipasi dengan mengisi link yang telah penulis sebarikan melalui media sosial sehingga terkumpul data seperti pada table diatas. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa cukup tingginya peminat untuk mencoba masakan dan minuman khas Sumatera Utara dikarenakan kebanyakan dari responden yang mengisi kuesioner ini belum pernah mencoba makanan serta minuman khas dari Sumatera Utara, sehingga bagi mereka ini merupakan hal yang baru dan belum pernah mereka rasakan sebelumnya, penulis mempunyai harapan usaha Lapo Autentik ini dapat diterima dimasyarakat dengan baik serta dikenal khalayak luas.

Berbeda dengan bisnis rumah makan pada biasanya seperti warung tegal atau rumah makan padang, Bisnis Lapo ini sangatlah jarang untuk dijumpai di

Kota Cimahi, ditambah lapo ini memiliki keistimewaan tersendiri yaitu menggunakan bahan - bahan halal sebagai bahan utama dari setiap masakan khas Sumatra Utara.

Penulis menyadari bahwasanya dari perbandingan data diatas serta latar belakang yang ada, sangat cocok untuk membuka bisnis sehingga penulis tertarik ingin membuat ide bisnis untuk memenuhi tugas akhir dengan judul
“ PERENCANAAN BISNIS LAPO AUTENTIK DI KOTA CIMAH I ”

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Lapo secara umum dapat juga disebut sebagai rumah makan yang menyajikan makanan khas dari Sumatera Utara, Gambaran besar dari perencanaan bisnis Lapo Autentik yang akan didirikan oleh penulis adalah sebuah Lapo yang memiliki konsep yang berbeda dari lapo yang secara umum menjual masakan yang tidak halal, konsep dari Lapo ini menggunakan konsep Modern, yaitu Lapo ini menyajikan masakan khas Sumatera Utara dengan variasi pada bahan baku utama yaitu menggunakan bahan - bahan yang halal, walaupun menggunakan bahan utama yang berbeda namun masih mempertahankan ciri khas dari bumbu–bumbu masakan khas Sumatera Utara yang menggunakan rempah–rempah khas pilihan, seperti contohnya yaitu andaliman, yang merupakan salah satu rempah khas Sumatera Utara yang berperan penting dalam memberikan rasa pedas dalam sebuah masakan.

Penulis menggunakan konsep ini agar Lapo ini dapat dinikmati oleh semua kalangan dari remaja, dewasa hingga orangtua, dan diharapkan dapat

diterima dengan baik oleh masyarakat, selain itu Lapo ini juga menyediakan menu minuman yang sering dikonsumsi oleh kebanyakan masyarakat untuk menemani saat berkumpul, seperti kopi, teh, dan minuman ringan lainnya. Kopi yang disajikan di Lapo ini menggunakan biji kopi asli asal Sumatra Utara yaitu biji kopi Mandailing, Selain untuk menyantap makanan, Lapo ini juga dapat menjadi tempat untuk menikmati secangkir kopi dan teh sembari berkumpul dengan kerabat atau saudara-saudara terdekat.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Penulis menyadari bahwa logo dan nama dari sebuah usaha yang sedang dirancang begitu penting dikarenakan logo dan nama tersebut dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan penjual, serta menjadi pembeda dari para pesaing, dengan begitu penulis berencana untuk menggunakan nama pada usaha lapo yang penulis buat yaitu “Lapo Autentik”.

Awal mula penulis memberi nama “Lapo Autentik” dikarenakan penulis ingin memberi kesan yang berbeda dari lapo pesaing lain yang ada disekitar, penggunaan kata Autentik pada nama dari lapo ini bukan tanpa sebab karna kata autentik sendiri memiliki arti yaitu asli atau sah, selain itu kata autentik juga merupakan persamaan kata atau sinonim dari kata halal, sehingga kata autentik tersebut dapat melambangkan halal walapun berbeda kata namun memiliki makna yang sama. Penulis memilih menggunakan nama tersebut dengan harapan dapat diterima dengan baik di masyarakat dan menjadikan lapo ini sebagai salah satu tempat untuk menyantap hidangan makanan dan minuman khas Sumatra Utara yang halal.

Gambar 1. 1
LOGO LAPO AUTENTIK



Secara bahasa, logo adalah suatu huruf atau lambang (gambar) yang mengandung makna, terdiri atas satu kata atau lebih sebagai lambang atau nama perusahaan dan lain sebagainya. Logo pada dasarnya adalah identitas pada sebuah perusahaan yang dimana logo akan membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lain. Chintya (2020)

Dalam pembuatan logo disarankan membuat logo yang sederhana namun memiliki makna yang jelas, mudah diingat, dan mudah diterapkan kedalam berbagai media. Selain itu logo juga harus menggambarkan citra dari perusahaan tersebut. Maka dari itu penulis telah membuat sebuah logo yang memiliki arti di setiap gambarnya, diantaranya yaitu :

1. Kata “Lapo Autentik” yang merupakan nama brand dari usaha ini.
2. Tahun 2023, memiliki arti sebagai tahun dimana lapo ini berdiri.

3. Gambar daun serta biji kopi, yang memiliki arti bahwa daun merupakan simbol dari kehidupan sedangkan biji kopi merupakan kopi premium yang dihasilkan dari petani asal Sumatra Utara.
4. Gambar bagian atap rumah batak, memiliki arti yaitu doa agar pemilik rumah selalu diberi kesuksesan sedangkan warna hitam pada rumah ini melambangkan kewibawaan serta kepemimpinan.
5. Warna merah pada tulisan memiliki arti yang melambangkan kekuatan serta keberanian.
6. Warna abu-abu pada tahun, memiliki arti yang memperlihatkan sebuah keseriusan serta rasa tanggung jawab.
7. Bentuk lingkaran, memberikan kesan yang berulang, tidak terputus dan tidak memiliki awal atau akhir sehingga akan abadi.

3. Identitas Bisnis

Gambar 1. 2

DENAH LOKASI



Alamat : Jalan Lurah, Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa

Barat

C. Visi dan Misi

Visi dan misi adalah konsep penting dalam dunia bisnis. Kedua konsep ini menjadi panduan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang dan pendek mereka. Visi dan misi yang jelas dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan, fokus pada prioritas. Jesica,(2022)

Visi adalah cita-cita yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi dalam jangka panjang. Visi harus diukur dengan hasil yang ingin dicapai dalam jangka panjang, namun tetap harus realistis dan terjangkau sedangkan misi adalah pernyataan yang menjelaskan tujuan dan arah jangka pendek organisasi. Misi mencakup aktivitas inti yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai visi mereka. Misi harus spesifik, terukur, dan dapat dicapai dalam waktu yang singkat. Al-Amin,(2022)

Setelah mengetahui pengertian dari visi dan misi, maka penulis sudah memikirkan secara matang visi dan misi dari Lapo Autentik yang sedang dirancang oleh penulis, berikut ini merupakan visi dan misi dari Lapo Autentik :

1. Visi

Menjadi lapo pertama yang menyajikan masakan khas Sumatera Utara yang halal serta disukai oleh masyarakat luas.

2. Misi

- a. Menawarkan produk dengan bahan yang terjamin halal dan berkualitas.
- b. Mempertahankan cita rasa dari masakan khas Sumatera Utara.
- c. Memenuhi selera para pengunjung dengan memberikan hidangan terbaik.

- d. Memberikan pelayanan yang memuaskan.
- e. Memberikan tempat yang bersih untuk memenuhi kepuasan tamu

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT adalah teknik, metode, atau kerangka kerja yang umumnya digunakan untuk mengevaluasi posisi seseorang, perusahaan, atau produk dalam pengembangan perencanaan yang bersifat strategis. SWOT merupakan singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Hartono,(2023)

Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan di dunia bisnis ini yang dilakukannya dalam proses perencanaan tersebut. Dengan analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan. Priansa,(Hal.115-125, 2009)

Untuk meningkatkan daya saing dalam pasar bisnis diperlukan sekali pemikiran yang inovatif serta kreatif, dengan strategi analisa ini penulis berharap bisnisnya dapat mecaai tujuan. Berikut merupakan analisa SWOT dari perencanaan bisnis “Lapo Autentik ” di Jalan Lurah :

1. Strengths

- a. Lapo yang menyajikan masakan khas Sumatera Utara dengan menggunakan bahan yang terjamin halal.
- b. Bahan-bahan masakan yang mudah ditemukan.
- c. Pemilihan lokasi “Lapo Autentik” yang strategis.

2. Weakness

- a. Masyarakat masih belum mengenal produk dari Lapo ini.
- b. Memerlukan modal yang besar untuk bisnis ini.
- c. Menu Minuman yang sifatnya musiman atau mengikuti tren.

3. Opportunities

- a. Peluang bisnis yang besar dikarenakan lapo ini menjadi lapo pertama yang menjual masakan khas Sumatera Utara dengan bahan yang terjamin halal.
- b. Peluang pasar yang besar dengan perkembangan serta kemajuan dari *online system* guna meningkatkan penjualan

4. Threat

- a. Semakin menjamurnya usaha yang serupa sehingga meningkatkan daya saing bagi Lapo Autentik ini
- b. Harga bahan baku dapat naik dan dapat terbatas sewaktu-waktu.

Tabel 1. 2
MATRIKS SWOT ANALYSIS

	<p style="text-align: center;"><u>STRENGTH</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lapo pertama yang menyajikan masakan khas Sumatera Utara dengan menggunakan bahan yang terjamin halal - Bahan-bahan masakan yang mudah ditemukan - Pemilihan lokasi “Lapo Autentik” yang strategis - Terdapat koneksi Wi-Fi 	<p style="text-align: center;"><u>WEAKNESS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat masih belum mengenal produk dari Lapo ini - Memerlukan modal yang besar untuk bisnis ini - Menu Minuman yang sifatnya musiman atau mengikuti tren
<p style="text-align: center;"><u>OPPORTUNITIES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lapo pertama yang menjual masakan khas Sumatera Utara dengan bahan yang terjamin halal - Peluang pasar yang besar dengan perkembangan serta kemajuan dari <i>online system</i> guna meningkatkan penjualan 	<p style="text-align: center;"><u>ANALISIS S-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Lapo Autentik ini merupakan lapo pertama yang menyajikan makanan khas Sumatera Utara menggunakan bahan yang terjamin halal - Peluang pasar yang besar disebabkan oleh perkembangan jaman melalui online system. 	<p style="text-align: center;"><u>ANALISIS W-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dll - Memberi pelayanan yang memuaskan pelanggan
<p style="text-align: center;"><u>THREAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Semakin menjamurnya usaha yang serupa sehingga meningkatkan daya saing Lapo Autentik ini - Harga bahan baku dapat naik dan terbatas sewaktu-waktu. 	<p style="text-align: center;"><u>ANALISIS S-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan fasilitas yang lengkap dan memadai untuk setiap pelanggan - Memperkuat konsep Lapo halal yang bisa menjadi daya Tarik sehingga dapat menjadi tempat makan favourite pelanggan - Memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan - Selalu memberikan inovasi baru sehingga tidak kalah saing 	<p style="text-align: center;"><u>ANALISIS W-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan produk serta pelayanan yang baik, juga memberikan tempat yang nyaman. - Dikarenakan bisnis ini tergolong bisnis baru maka promosi digunakan terlebih dahulu untuk menarik pelanggan.

Sumber: Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk

Dalam membangun sebuah perencanaan suatu bisnis tentunya perlu spesifikasi produk atau jasa. Sebagian besar produk yang dijual di Lapo ini merupakan produk yang memiliki ciri khas masakan dan minuman dari Sumatera Utara. Nama atau *brand* tersebut diambil karena penulis akan membuat produk makanan dan minuman dengan konsep dari Sumatera Utara. Produk yang akan ditawarkan yaitu makanan berat dan minuman.

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan setiap saat dan memerlukan pengolahan yang baik dan benar agar bermanfaat bagi tubuh. Produk makanan atau pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati atau air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan untuk makanan atau minuman bagi konsumsi manusia (Saparinto & Hidayati, 2010). Salah satu produk makanan yang ditawarkan dari kedai ini adalah makanan berat dengan ciri khas makanan dari Sumatera Utara namun menggunakan bahan baku utama yang berbeda, yaitu Saksang Sapi. Produk makanan berat tersebut adalah olahan makanan karbohidrat yaitu nasi hangat yang dipadukan dengan olahan daging sapi yang dipadukan dengan bumbu khas dari Sumatera Utara.

Selain itu menu minuman dari Lapo ini juga menggunakan bahan yang berasal dari Sumatera Utara, seperti contohnya Kopi Hitam Mandailing, yang dimana kopi tersebut menggunakan biji kopi yang berasal dari Mandailing Sumatera Utara. Disamping pengelolaan menu makanan dan minuman yang ditawarkan di Lapo ini, Penulis tentunya sudah memikirkan kemasan yang digunakan untuk produk makanan dan minuman.

Pengemasan Produk makanan dan minuman yang ditawarkan terbagi menjadi dua yaitu kemasan *dine in* dan kemasan *take away*, untuk kemasan *dine in*, penulis akan menggunakan alat makan seperti piring serta sendok dan garpu untuk makanan berat, untuk kemasan *take away*, penulis akan menggunakan *paper box*. Sedangkan untuk produk minuman menggunakan *Highball Glass* untuk produk minuman *ice*, sedangkan produk minuman yang hot akan menggunakan *Coffee Cup*, sedangkan kemasan *take away* akan menggunakan kemasan minuman cup anti panas untuk produk minuman *hot*, dan cup ukuran 12 oz untuk produk minuman *ice*.

F. Jenis Badan Usaha

Pada saat merencanakan suatu bisnis, pemilik harus memilih identitas bisnis yang akan digunakan, hal ini mengacu pada segi legalitas dari usaha yang akan dirancang karena perusahaan akan mendapatkan perlindungan hukum langsung melalui pendaftaran pengusaha. UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan pembangunan. Fitriani, (2017)

Beberapa poin penting menurut Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah antara lain:

1. UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang memiliki aset tidak lebih dari 10 miliar (untuk usaha mikro), Rp 50 miliar (untuk usaha kecil), atau Rp 500 miliar (untuk usaha menengah) dan memiliki omset tidak lebih dari 50

miliar per tahun (untuk usaha mikro dan kecil) atau Rp 500 miliar per tahun (untuk usaha menengah)

2. Perlindungan dan pengembangan UMKM, UU No.20 Tahun 2008 memberikan perlindungan dan pengembangan kepada UMKM, seperti memudahkan akses ke pembiayaan, memfasilitasi akses ke pasar, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha UMKM, serta memberikan intensif dan fasilitas lainnya.
3. Pemerintah dan Lembaga terkait, UU No.20 Tahun 2008 menugaskan pemerintah dan Lembaga terkait untuk memberikan dukungan dan fasilitas kepada UMKM, seperti Dinas koperasi dan UKM, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), dan Bank Indonesia.
4. Pengembangan kemitraan, UU No.20 Tahun 2008 mendorong pengembangan kemitraan antara UMKM dengan pelaku usaha lainnya, seperti perusahaan besar, BUMN, dan asosiasi usaha.

Dengan adanya UU No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, diharapkan UMKM di Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, serta memberikan kontribusi yang lebih besar dalam perekonomian nasional. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jenis usaha yang dirancang oleh penulis termasuk kedalam jenis bisnis usaha mikro, dikarenakan asset dari perencanaan bisnis ini kurang dari 10 milliard sehingga perencanaan bisnis ini dapat dikategorikan sebagai bisnis usaha mikro.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merujuk pada kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh individu, perusahaan, atau organisasi dalam menjalankan kegiatan atau usaha. Aspek legalitas mencakup persyaratan hukum yang berlaku, termasuk undang – undang, peraturan, dan peraturan-peraturan lainnya yang berkaitan dengan aktivitas tersebut.

Aspek legalitas dari UMKM meliputi berbagai hal, berikut adalah aspek legalitas yang perlu diperhatikan oleh UMKM antara lain:

1. **Pendirian Usaha:** UMKM harus memenuhi persyaratan legalitas dalam pendirian usaha, seperti memiliki izin usaha, surat izin usaha perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDUP). UMKM juga harus memperoleh izin lokasi dan izin lingkungan jika diperlukan.
2. **Perpajakan:** UMKM harus memenuhi kewajiban perpajakan, seperti pendaftaran pajak, pembayaran pajak, dan pelaporan pajak secara tepat waktu dan akurat. UMKM juga harus memenuhi kewajiban administrasi perpajakan, seperti menyimpan bukti transaksi dan dokumen perpajakan dengan baik.
3. **Tenaga Kerja:** UMKM harus mematuhi peraturan ketenagakerjaan yang berlaku, seperti UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, dan peraturan pemerintah terkait hak dan kewajiban tenaga kerja, upah minimum, dan jaminan sosial.
4. **Hak kekayaan intelektual:** UMKM harus memperhatikan hak kekayaan intelektual dalam produksi dan pemasaran produknya, seperti paten, merek

dagang, dan hak cipta. UMKM juga harus mematuhi peraturan terkait perlindungan kekayaan intelektual.

5. Perlindungan Konsumen: UMKM harus mematuhi peraturan terkait perlindungan konsumen, seperti UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, dan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk dan layanan yang ditawarkan.
6. Keselamatan dan Kesehatan kerja : UMKM harus memperhatikan keselamatan dan Kesehatan kerja dalam menjalankan usahanya, seperti memastikan kondisi lingkungan kerja yang aman dan sehat, serta mematuhi peraturan terkait keselamatan dan Kesehatan kerja.
7. Peraturan perundang-undangan: Terdapat beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang persyaratan hygiene and sanitasi pada makanan dan minuman, seperti Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 722/Menkes/Per/VIII/2003 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Makanan dan Minuman pada Tempat Umum dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Pangan.
8. Sertifikasi halal pada UMKM : adalah proses pengakuan resmi yang diberikan oleh lembaga sertifikasi halal terhadap produk-produk UMKM yang memenuhi kriteria halal sesuai dengan aturan dan regulasi yang berlaku. Sertifikasi halal ini menunjukkan bahwa produk-produk UMKM tersebut diproduksi sesuai dengan syariat Islam dan bebas dari bahan-bahan yang dianggap haram. Proses sertifikasi halal meliputi beberapa tahap, yaitu pendaftaran, audit, pengujian laboratorium, verifikasi dokumen, dan pengawasan produksi. Setelah berhasil

memperoleh sertifikasi halal, produk UMKM akan diberikan label halal yang dapat menambah nilai jual produk tersebut di pasar.

Kepatuhan UMKM terhadap Aspek Legalitas yang berlaku dapat meminimalisir resiko terhadap usaha dan memperkuat posisi bisnis di pasar. Oleh karena itu, penting sekali bagi UMKM untuk memahami dan memenuhi persyaratan hukum yang berlaku dalam menjalankan usahany