

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kota Bandung adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak sekitar 140 km sebelah tenggara Jakarta. Kota Bandung adalah kota metropolitan yang penting di Indonesia Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Kota Bandung adalah sekitar 2,57 juta jiwa. Populasi ini menjadikan Kota Bandung sebagai kota terbesar ke-3 di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya. Selain itu, Kota Bandung juga memiliki luas wilayah sekitar 167,67 km². Selain itu, Kota Bandung juga memiliki banyak kafe, restoran, kedai dan warung makan yang menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman, dari masakan tradisional hingga makanan internasional. Oleh karena itu, usaha makanan dan minuman di Kota Bandung dapat menjadi peluang usaha.

“Pengertian kedai sendiri adalah sebagai toko kecil yang beroperasi secara independen atau sebagai bagian dari jaringan waralaba, biasanya menjual produk-produk konsumen seperti makanan, minuman, dan barang-barang kebutuhan sehari-hari serta berlokasi di sekitar permukiman penduduk atau di pinggir jalan” (Michael J. Levy dan Barton A). Dari pengertian tersebut dapat di jelaskan bahwa kedai adalah usaha kecil yang menyediakan makanan dan minuman. Dalam membangun kedai sudah aman karena sudah di lindungi hukum di Indonesia. Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 81 Tahun 2015 tentang Ketentuan dan tata cara perizinan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Peraturan ini mengatur tentang perizinan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk kedai yang beroperasi sebagai UMKM. Dengan adanya hal ini, penulis merencanakan membuat usaha Kedai Saltyfied di Setiabudi, Bandung. Kedai ini menjual beberapa makanan yang di dampingi oleh saus *salted egg*.

Saus *salted egg* dibuat dengan berbahan dasar telur asin. Menurut Nurhidayar 2003 telur asin merupakan telur yang dibuat dengan cara diawetkan

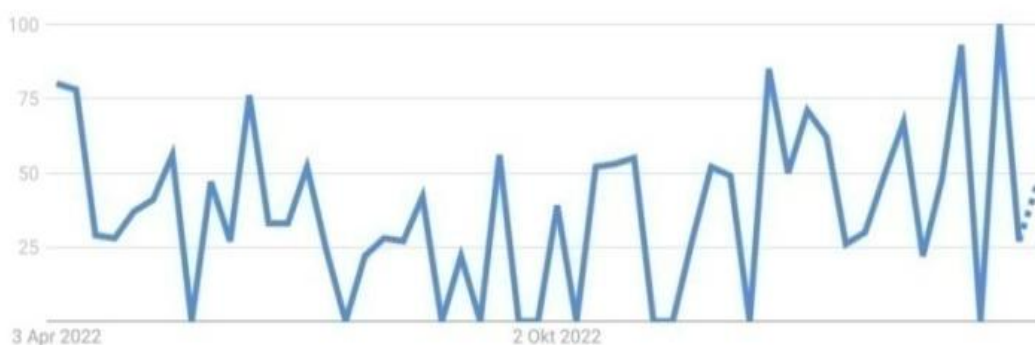
menggunakan bahan utama garam (NaCl) dan campuran lain seperti tanah liat, abu dan bata. Tujuan dari pengasinan ini adalah untuk memperpanjang masa simpan telur. Umumnya masyarakat membuat telur asin menggunakan telur itik karena cangkang nya yang lebih tebal dari cangkang telur lainnya. Telur asin ini lalu di produksi sehingga menjadi saus yang bertekstur kental.

Pembuatan saus *salted egg* terbilang cukup mudah. Hal pertama yang dilakukan adalah kuning telur asin dihancurkan dan di campur oleh susu ditambahkan dengan cincangan bawang putih, bawang bombay lalu di beri penyedap rasa seperti garam dan merica. Bahan – bahan tersebut di tumis hingga tekstur mengental. Beberapa restoran atau kedai makanan juga menambahkan keju parut atau mentega untuk menambahkan cita rasa dan aroma pada saus. Cita rasa yang di berikan saus ini terdapat rasa gurih, asin, pedas dan sedikit manis, sehingga cocok digunakan sebagai pelengkap untuk berbagai jenis makanan.

Dengan adanya cita rasa saus *salted egg* yang unik dan tentunya nikmat, saus salted egg ini, menjadikan saus yang banyak di gemari di beberapa negara Asia Tenggara. Kreativitas beberapa pengusaha dalam memadukan saus dengan berbagai jenis makanan, membuat namanya meningkat dari tahun ke tahun.

Gambar 1. 1

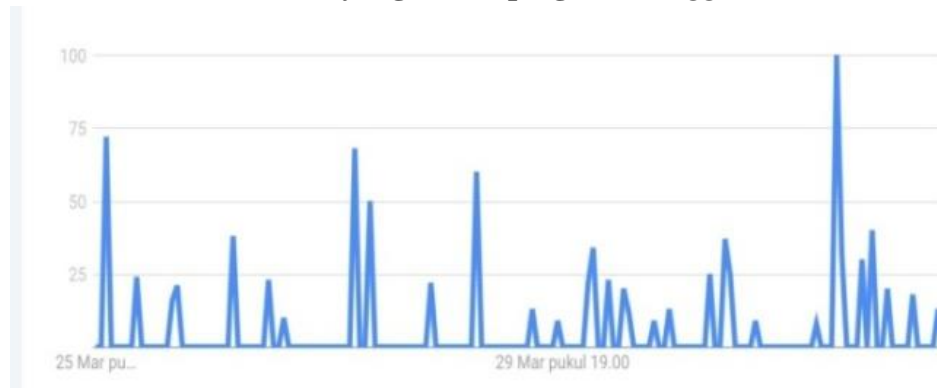
Peminat Makanan yang Didampingi Saus Salted Egg, 2022



SUMBER: Google Trends, 2022

Gambar 1. 2

PeminatMakanan yang Didampingi *SaltedEgg* Maret, 2023

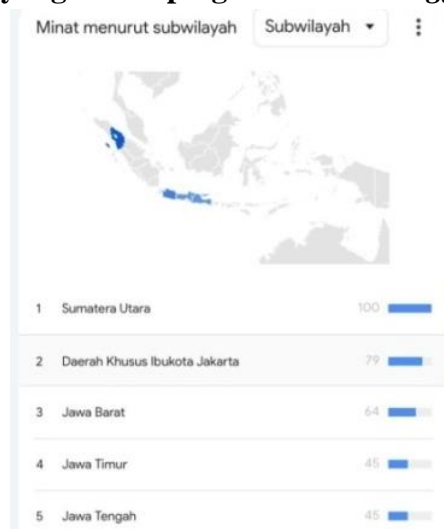


SUMBER :*Google Trends*, 2023

Pada gambar 1.1 menunjukkan pada bulan April, 2023 menunjukkan angka 78 peminat, dan pada bulan desember, 2023 menunjukkan angka peminat yang sangat tinggi yaitu di angka 100, hal ini menunjukkan peminat akan adanya makanan yang didampingi saus *salted egg* tahun lalu terus meningkat. Pada gambar 1.2 menunjukkan data bulan Maret, 2023 peminat *salted egg* mencapai angka 100. Dapat disimpulkan peminat akan makanan yang didampingi saus *salted egg* cukup tinggi dan terus mengalami peningkatan. Peminat ini dikumpulkan dari berbagai subwilayah Indonesia.

Gambar 1. 3

Peminat Makanan yang Didampingi Saus *Salted Egg* Dalam Subwilayah



SUMBER : *Google Trends*, 2023

Gambar 1.3 menunjukan ke-enam wilayah yang merupakan peminat dari makanan yang didampingisaus *salted egg* terbanyak di Indonesia. Penulis memilih Kota Bandung sebagai lokasi membangun usahamakanan yang didampingisaussalted *egg*. Dapat dilihat diperingkat ke-3 adalah Jawa barat yang merupakan Provinsi dari Kota Bandung. Peminat di Jawa barat juga terbilang cukup tinggi dengan memuncaki angka 64. Hal ini, menjadi pendukung pemilihan lokasi untuk membangun usaha makanan yang didampingi saussalted *egg*. Di kota Bandung cukup banyak yang menjual produk pendamping ini.

Tabel 1.1

Daftar Penjual Makanan yang Didampingi Saus *Salted Egg*

No	Nama Bisnis	Alamat
1	Saybowl	Jl.Cibeunying Kaler No 102
2	Secbowl	Jl. Pasirkaliki No.39
3	Eatlah	Jl. Cihampelas no. 102 -104, Tamansari

Sumber : Observasi penulis, 2023

Pada tabel 1.1 merupakan beberapa usaha yang menjual makanan yang didampingisaus *salted egg* sebagai produk pendamping. Usaha yang di bangun sudah cukup terkenal dan tentunya memiliki banyak peminat.

Tabel 1. 1

Data Penjualan Usaha Makanan yang Didampingi Saus *Salted Egg* dalam Market Place

No	NAMA USAHA	Ulasan		Total
		Shopee	Grab	
1	Sec Bowl	3231	3885	11616
2	Eatlah	774	2670	3444
3	Saybowl	4005	1236	5241

SUMBER : Marketplace, 2023

Tabel 1.2 merupakan data peminat ke tiga usaha yaitu Secbowl, Eatlah, dan Satbowl. Penulis menyebut data tersebut sebagai peminat karena ulasan tersebut muncul dari konsumen yang membeli produk. Pengumpulan data ini di

ambil dari *Marketplace* (Shopee, Grab, Gojek). Dari informasi tersebut dapat dilihat peminat konsumen terhadap produk yang di dampingi saus *salted egg* cukup tinggi. Penulis menarik kesimpulan, jika membukakan kedai makanan yang didampingi saus *salted egg* di Kota Bandung maka pasarnya yang tersedia akan cukup tinggi, karena data peminat yang di tunjukan *Marketplace* sudah cukup tinggi. Hal pendukung lainnya adalah, banyak yang menyukai makanan yang dicampur telur asin ini, khususnya generasi Z. Dan di daerah Setiabudi terdapat 2 Universitas dan 1 Politeknik yang dimana terdapat banyak generasi Z.

TABEL 1. 2

DATA UNIVERSITAS DI DAERAH SETIABUDI, BANDUNG

No	Nama	Alamat
1	Universitas Pasundan	Jl. Dr. Setiabudi No.193, Bandung
2	Universitas Pendidikan Indonesia	Jl. Dr. Setiabudi No.229, Bandung
3	Politeknik Pariwisata Nhi Bandung	Jl. Dr. Setiabudi No.186, Bandung

SUMBER : *Observasi Penulis, 2023*

Dari data tabel 1.3 dapat dijadikan pendukung pembuatan kedai *salted egg* di Setiabudi, Bandung, karena banyaknya generasi Z di daerah sana. Penulis juga melakukan survei dari 2 Universitas dan 1 politeknik.

Tabel 1. 3

Data Peminat Makanan Yang Didampingi Saus *Salted Egg* di Daerah Setiabudi, Bandung

n = 40

NO	Pernyataan	Jawaban
1	Usia	19 Tahun = 2,5 % 20 Tahun = 29,5% 21 Tahun = 32,5 % 22 Tahun = 22,5 % 23 Tahun = 12,5 %
2	Universitas	Universitas Pasundan = 30 % UPI = 27,5% Politeknik Pariwisata NHI = 42,5 %

3	Mengetahui saus <i>salted egg</i>	Ya = 97,5 % Tidak = 2,5%
4	Penyuka makanan yang didampingi saus <i>salted egg</i>	Ya = 80 % Tidak = 20%
5	Peminat yang menginginkan adanya kedai <i>salted egg</i> di Setiabudi, Bandung	Ya = 92,5 % Tidak = 7,5 %

SUMBER : *Olahan Penulis, 2023*

Dengan adanya data peminat pada tabel 1.3, menunjukkan bahwa kaum milenial menyukai saus *salted egg*. Penulis sudah melakukan observasi terhadap 40 mahasiswa di daerah Setiabudi, dan data menunjukkan bahwa para generasi Z menyukai makanan yang didampingisau ini dan menginginkan adanya kedai makanan yang didampingisau *salted egg* di daerah Setiabudi, karena kurangnya penjual kedai makanan yang didampingisau *salted egg* di Setiabudi, Bandung. Dengan adanya data tersebut penulis memikirkan perencanaan usaha kedaimakanan yang didampingi *salted egg* di Setiabudi, Bandung. Kedai ini di beri nama Saltyfied dan menjual produk pendamping yaitu saus *salted egg* yang cocok di damping dengan menu utama yaitu ayam, udang, cumi, mie, tahu aci.

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis bahas, Penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir yang berjudul **“PERENCANAAN USAHA KEDAI SALTIFIED DI KOTA BANDUNG”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Umum Bisnis

Gambaran umum bisnis merupakan hal penting untuk dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan bisnis yang tepat . *“Business plan* atau perencanaan usaha adalah dokumen yang merincikan detail - detail bisnis yang disiapkan oleh seorang wirausahawan sebelum membuka sebuah usaha baru” (Richard , 2007). Oleh sebab itu, Penulis membuat *Business Model Canvas* (BMC) untuk mempermudah Penulis dalam menganalisis perencanaan usaha Saltyfied di kota Bandung. Dan berikut *business model canvas* dari kedai Saltyfied.

TABEL 1. 4
BUSINESS MODEL CANVAS
PERENCANAAN USAHA KEDAI SALTYFIED DI KOTA BANDUNG

- Dekskripsi problem: Bagaimana menyediakan produk makanan yang sedang di cari oleh kaum Generasi Z.
- Dekskripsi bisnis dan solusi : menjual produk pendamping dengan konsep pelayanan secara langsung dan melalui *market place*.

<i>Key partners</i>	<i>Key activities</i>	<i>Value proposition</i>	<i>Customer relationships</i>	<i>Customer segment</i>
<p>Motivation: Optimazastion & economic</p> <ul style="list-style-type: none"> •Pemasok telur berkualitas tinggi. 	<p>Model : Production</p> <ul style="list-style-type: none"> •Mempersiapkan produk berkualitas tinggi dengan proses yang tepat •Produksi saus <i>salted egg</i> dan produk – produk yang di dampingi saus <i>salted egg</i>. •Mempromosikan produk melalui media sosial dan pemasaran online 	<p>Model : price risk reduction</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produk telur asin berkualitas tinggi yang dijamin kebersihannya dan kelezatannya • Harga yang terjangkau • Box <i>to go</i> menggunakan bahan <i>thinwall</i> yang meminimalkan kerusakan 	<p>Model : Personal Assistance</p> <p>Penjelasan: Membangun hubungan dengan pelanggan, misalnya dengan memberikan pelayanan yang ramah melalui admin,waiter, cooker.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen yang menyukai makanan yang didampingis aus <i>salted egg</i> • Generasi Z di daerah Setiabudi • Konsumen yang sibuk, yang menginginkan makanan yang praktis
	<p style="text-align: center;">Key Resouces</p> <ul style="list-style-type: none"> •Karyawan yang berpengalaman •Kemitraan dengan pemasok telur berkualitas tinggi •Perangkat dan perlengkapan yang diperlukan untuk memproduksi makanan 		<p style="text-align: center;">Channels</p> <p>Milik sendiri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Awareness channels : • Whatsapp, social media • Evaluation : social media, Whatsapp, market place • Delivery channels : market place, direct delivery. • After sales : sosial media, Whatsapp 	

<i>Cost Structure</i>	<i>Revenue Streams</i>
Model : <i>cost driven , economic of scale</i> Biaya pembelian telur asin dari pemasok Biaya sewa toko dan perangkat yang diperlukan untuk memproduksi makanan Biaya pemasaran dan promosi	Model : <i>asset sale</i> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk <i>salted egg</i> • Penjualan produk lainnya yang melengkapi produk <i>salted egg</i>

Sumber :OlahanPenulis, 2023

Tabel 1.3 merupakan *Bussines Model Canvas* (BMC) dari kedai Saltyfied, pada pengembangan bisnis ini analisa eksternal dilakukan dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Business 9 model dengan menggunakan metode kanvas akan memudahkan pembisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis atau perusahaan yang dijlankan. (Sterwalder & Pigneur, 2010). Dalam setiap blok *Bussines Model Canvas* (BMC), menjelaskan pembangunan usaha yang menciptakan pecapaian target dan manfaat dari sekelompok konsumen. Blok ini juga membantu penulis untuk mebangun usaha kedai Saltyfied, untuk menangkap poin - poin penting seperti target pemasaran yang menghasilkan sumber pendapatan, pengeluaran dalam membangun usaha, berapa sumber daya manusia yang dibutuhkan dan menjalin hubungan dengan pihak yang saling menguntungkan. Hal tersebut dapat mempermudah merancang proses pembangunan kedai Saltyfied di kota Bandung.

Dalam membangun usaha penting juga untuk memiliki merek dan logo untuk membangun identitas dari usaha tersebut. ”Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa” (Kotler, 2012).

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama merupakan hal penting untuk menyampaikan tujuan penulis dalam membuat usaha terhadap konsmen. Saltyfied merupakan brand dari kedai penulis yang diambil dari dua kata yang di gabungkan, yaitu dari kata “*salty*” yang diartikan asin, yang diambil dari cita rasa saus yang berbahan dasar telur asin dan “*satisfied*” yang diartikan memuaskan dalam hal cita rasa produk dan pelayanan.

Dalam membuat usaha logo juga penting sebagai identitas. “logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual, selain itu fungsi logo yaitu sebagai identitas dari suatu badan usaha dan merupakan ciri khas perusahaan/ jasa”(Adams Morioka, 2009). Logo juga sebagai daya tarik usaha untuk menarik konsumen agar lebih mudah mengingat dan mengenali usaha tersebut. Dengan adanya hal ini, penulis membuat logo dalam perencanaan usaha Saltyfied di Kota Bandung, berikut adalah logonya.

Gambar 1. 4

Logo Kedai Saltyfied



SUMBER : Design Penulis, 2023

Berdasarkan gambar 1.7 terlihat dalam logo tersebut terdapat saus *salted egg* di dalam *sauce dish* dan di tumpahkan oleh tangan yang merupakan produk utama yang di jual dalam usaha penulis. Dalam logo tersebut terdapat juga merek dari usaha penulis yaitu ‘Saltyfied’.

Pada pemilihan warna penulis memberikan warna merah pada tulisan ‘Saltyfied’ yang menggambarkan keberanian, kuat dalam membuat usaha yang akan berkembang pesat dan juga menggambarkan energi positif, kegembiraan yang di berikan Saltyfied kepada konsumen. Warna *cream* pada *background*, menggambarkan kehangatan dan kenyamanan. Penulis mengharapkan konsumen yang mengonsumsi makanan di Saltyfied ini mendapatkan kenyamanan dalam pelayanan yang di berikan.

3. Identitas Bisnis

Identitas merupakan bagian penting dalam perencanaan usaha. Identitas adalah hal yang penting bagi setiap barang atau produk, karena ini memungkinkan produk tersebut dikenal dengan jelas dan mudah oleh masyarakat luas. “ Identitas produk memiliki peran penting dalam memastikan produk Anda terlihat secara nyata oleh konsumen di tengah persaingan usaha. Setiap usaha harus memiliki kemampuan untuk bertahan dan bahkan berkembang agar tetap relevan” (Putri dan Sudirman 2021:68). Dengan ini, Penulis akan menjelaskan nilai yang ditawarkan oleh usaha kedai saltyfied ini.

- Performa : Kedai yang menyediakan makanan yang didampingi saus *salted egg* di daerah Setiabudi.
- Desain : Kemasan dengan bahan *thinwall* yang ditambahkan stiker logo kedai saltyfied.
- Harga : Kedai saltyfied memberikan harga yang terjangkau bagi generasi Z.

Dan hal membangun usaha perlu di perhatikan saat pemilihan lokasi. "lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan" (Heizer, 2015). Dengan ini, Penulis mencari tempat yang strategis, karena merupakan strategi untuk mendapatkan keuntungan bagi usaha, dan berikut lokasi usah kedai Saltyfied.

Gambar 1. 5

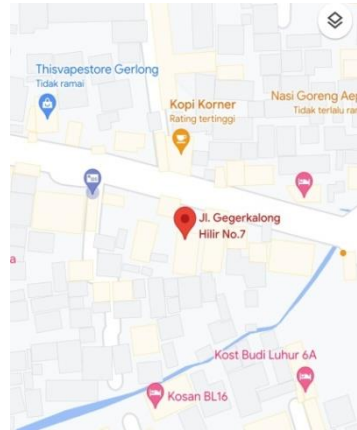
Lokasi Perencanaan Kedai Saltyfied



Sumber : *Olahan Penulis*, 2023

Gambar 1. 6

Denah Lokasi Kedai Saltyfied



Sumber: *Google Maps, 2023*

Gambar 1.5 dan gambar 1.6 merupakan lokasi dan denah dari Kedai Saltyfied. Lokasi ini berada di jalan Gegerkalon Hilir No.7, Setiabudi, Sukajadi, Bandung, Jawa Barat. Penulis memilih lokasi ini karena strategis karenberdekatan dengan 2 Universitas dan 1 Politeknik dan dekatdengan jalan raya utama. Selain itu, harga sewa yang ditawarkan terjangkau.

C. Visi dan Misi

Visi dan misi adalah aspek penting dalam membangun usaha agar memacu dalam mencapai tujuan dan impian dari penulis dalam membangun usaha. “Misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka dekat. Sedangkan visi merupakan cara pandang perusahaan di masa depan”(Wibisono, 2006).Berikut merupakan visi dan misi penuli dalam membangun usaha kedai Saltyfied.

- Visi :

Menjadikan kedai makanan yang didampingi saus *salted egg* terbesar di Kota Bandung.

- Misi :

1. Menjual makanan yang didampingisaussalted eggdengan kualitas yang berkualitas dan terjamin.
2. Memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen merasa nyaman dan puas.

3. Menghadirkan hidangan yang di dampingi saus *salted egg* dengan cita rasa yang lezat dan tentunya dengan harga yang sesuai.

D. Analisis SWOT

Dalam membangun sebuah usaha pentingnya sebuah strategi. Cara merencanakan sebuah strategi maupun menganalisis suatu persoalan, akan lebih mudah apabila kita menemukan cara yang tepat dalam proses menganalisisnya. Penggunaan metode perencanaan strategi maupun penyelesaian masalah yang tepat akan mempermudah kita dalam menyelesaikan permasalahan yang kita hadapi. Salah satu cara terbaik yang dapat kita gunakan adalah memanfaatkan metode yang disediakan melalui rangkaian tahap dalam analisa SWOT.

“Analisis SWOT adalah analisa berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*)” (Freddy, 2013). Dengan demikian, analisa SWOT dapat kita artikan sebagai sebuah teknik perencanaan strategi maupun penyelesaian masalah yang dapat kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya untuk keperluan bisnis. Metode ini menekankan pada peningkatan peran faktor internal maupun faktor eksternal guna menyusun strategi perencanaan ide dan penyelesaian masalah secara efektif. Dengan demikian penulis membuat analisis SWOT pada kedai *Saltyfied*, berikut penjabaran mengenai analisis 4 faktor SWOT.

1. *Strength* (Kekuatan / Kelebihan)

Kekuatan / Kelebihan dari kedai *Saltyfied* adalah:

- Menyediakan produk yang sedang di cari oleh kaum milenial.
 - Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau.
 - Memberikan harga yang dapat di jangkau mulai dari anak sekolah sampai pekerja kantoran.
 - Rasa yang di berikan saus *salted egg* lezat dan unik.
2. *Weakness* (Kekurangan).
- Hanya menyediakan beberapa makanan dengan saus *salted egg*.
 - *Brand* yang belum dikenal oleh masyarakat di daerah Setiabudi.

- Tempat yang tidak terlalu luas.

3. *Oppurtunities* (Peluang)

- Potensi pasar yang besar karena permintaan produk ini cukup stabil, sehingga menjadikan peluang yang menjanjikan bagi para pelaku usaha.
- Saus *salted egg* cocok untuk mendampingi berbagai makanan.
- Adanya *Platform online*(*Go-Food, Grab-Food, Shopee-Food*).

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman yang di miliki usaha ini, berupa :

- Banyak pesaing yang menjual produk yang sama dan lokasi yang berdekatan.
- Fluktuasi harga bahan baku yang tidak stabil.
- Tren konsumen dalam memilih makanan dapat berubah dari waktu ke waktu.

E. Spesifikasi Produk

Untuk memastikan kualitas suatu produk pentingnya mengetahui spesifikasi produk terlebih dahulu.”Spesifikasi produk adalah serangkaian kriteria atau spesifikasi teknis yang harus dipenuhi oleh produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi standar industri”(American Society for Quality, 2010). Hal ini penting untuk memastikan bahwa produk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan serta memenuhi standar industri.

Berikut merupakan spesifikasi dari produk makanan yang didampingi saus *saltedegg*.

1. Makanan yang didampingi saus *salted egg* yang memiliki rasa nikmat dan unik, dansaus yang memiliki tekstur yang kental, warna yang pekat, dan memiliki aroma yang kuat dan khas.
2. Kemasan *take away* dari kedai *Saltyfied* menggunakan bahan *thinwall* sehingga tidak mudah rusak, dan anti air.
3. Terdapat label yang dibuat menjadi *sticker* dalam kemasan *take away*.

Penulis mengharapkan dari spesifikasi produk saus *salted egg* dapat memuaskan konsumen dan merasakan keistimewaan saat membeli produk di kedai saltyfied yang menawarkan beberapa menu berikut .

1. Ayam goreng
2. Cumi goreng
3. Udang crispy
4. Mie Goreng
5. Tahu aci
6. *Lemon tea*
7. *Ice tea*
8. Air mineral

Kedai Saltyfied juga menyediakan pelayananyang bekerja sama dengan *marketplace(Grab-Food, Go-Food, Shopee-Food)*, yang dapat mempermudah konsumen yang tidak dapat mengunjungi kedai untuk membeli secara langsung.

F. Jenis / Badan Usaha

Jenis badan usaha yang direncanakan dalam membangun kedai saltyfied adalah Usaha mikro kecil menengah (UMKM). “UMKM adalah sebuah bisnis yang dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan skala usaha yang kecil hingga menengah dan memiliki modal terbatas”(Prof. Dr. M. Syafi'i, 2010). Kedai Saltyfied berjenis UMKM karena merencanakan membuka usaha dengan skala yang kecil terlebih dahulu yaitu, membangun usaha berbentuk kedai, SDM yang dibutuhkan hanya sedikit. Perusahaan perseorangan juga bisa dijalankan tanpa ada intervensi atau campur tangan pemerintah secara langsung. Selain itu, ada beberapa kriteria mengenai jenis Perusahaan Perseorangan ini seperti yang tertulis pada UU No.20 Tahun 2008 (Pasal 6 : 2) Tentang kriteria usaha kecil yang berisi :

- memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000, - (lima puluh juta rupiah) sampai dengan, paling banyak yaitu Rp500.000.000, - (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000, sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000. Dari hal ini dapat diketahui bahwa penulis memilih Kedai Saltyfied sebagai usaha yang berjenis Perusahaan Perseorangan.

G. Aspek legalitas

Legalitas usaha adalah aspek penting dalam merencanakan membangun sebuah usaha. Aspek legalitas ini sangat penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi kesuksesan dan kelangsungan hidup usaha. "Aspek legalitas dalam usaha merupakan sumber informasi yang bersifat resmi di mana didalamnya terdapat informasi terkait usaha (Amin Purnawan dan Siti Ummu Abdilah, 2010). Persyaratan pendirian Perseroan Perorangan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2021 adalah sebagai berikut

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) oleh pemerintah setempat dan harus dipenuhi untuk memastikan kegiatan bisnis berjalan secara legal.
2. Memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Setiap bisnis atau usaha wajib membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pajak ini termasuk pajak penghasilan, pajak pertambahan nilai, dan pajak lainnya.
3. Fotokopi KTP pemilik kedai.
4. Kontrak sewa yang jelas dan detail antara penyewa dan pemilik kedai. Kontrak ini berisi informasi mengenai harga sewa, jangka waktu sewa, ketentuan pembayaran, dan klausul-klausul lain yang terkait dengan penyewa.

Dalam rangka memastikan usaha berjalan secara legal dan terhindar dari masalah hukum, penulis harus memperhatikan semua aspek legalitas yang terkait dengan jenis usaha yang dijalankan untuk memastikan bahwa usaha berjalan sesuai dengan peraturan dan regulasi yang berlaku.