

## **BAB I**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **A. Latar Belakang**

Tasikmalaya merupakan salah satu dari wilayah yang berada di Provinsi Jawa Barat yang memiliki luas 171,56 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 723,921 jiwa pada tahun 2021 menurut BPS Kota Tasikmalaya. Tasikmalaya sendiri dibagi kedalam dua bagian yaitu Kabupaten Tasikmalaya dan Kota Tasikmalaya. Selain itu, Kota Tasikmalaya memiliki banyak sekali potensi di bidang wisata mulai dari wisata religi, wisata alamnya yang masih asri, hingga berbagai macam seni budaya dan kerajinannya yang dapat menarik wisatawan untuk mendatangi Kota Tasikmalaya, dengan banyaknya potensi bidang wisata yang ada di Kota Tasikmalaya menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mengunjunginya. Data kunjungan wisatawan ke Tasikmalaya sendiri pada tahun 2021 menunjukkan angka sebesar 483.569 menurut BPS Kota Tasikmalaya.

Kota Tasikmalaya sebagai kota tujuan destinasi wisata, memiliki wisata kuliner yang beragam, dengan maraknya tempat wisata kuliner yang tersebar di daerah Kota Tasikmalaya menjadikn kota ini sebagai destinasi tujuan wisata bagi yang mengunjunginya. Selain terkenal dengan destinasi wisata alamnya, Kota Tasikmalaya sendiri memiliki banyak sekali tempat wisata kuliner yang beragam, salah satu contohnya adalah dengan maraknya *coffee shop* yang banyak sekali tersebar di penjuru kota.

Gaya hidup masyarakat Kota Tasikmalaya yang cenderung menghabiskan waktu luang mereka ditempat umum untuk bersantai, sehingga hal ini menjadi faktor yang mendorong banyak pengusaha mendirikan bisnis *Food and Beverage* di Kota Tasikmalaya. Salah satu bisnis *Food and Beverage* yang kian menjamur saat ini adalah *coffee shop*. *Coffee shop* atau yang akrab di telinga kita biasa disebut kafe, yang berganti makna. Dalam terminologis, kata *café* berasal bahasa Perancis, yaitu *coffee* yang berarti kopi (Oldenburg, 1989: 126). *Coffee Shop* merupakan *restaurant* yang awal mulanya hanya menyediakan tempat untuk minum kopi dan teh saja, tetapi karena perkembangan dan kebutuhan pelanggan yang sangat beragam dan banyak faktor lainnya, sehingga perkembangan *coffee shop* seperti sekarang ini.

Pengertian kedai menurut lembaga Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa adalah “Kata kedai dan kata warung memiliki arti yang sama, yaitu bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Perbedaannya yang satu dan yang lain dilakukan dengan menyebutkan jenis barang yang dijual di tempat itu”. Kedai dapat diartikan sebagai sebuah bangunan atau tempat yang beroperasi sebagai tempat menjual makanan, minuman dan sebagainya. Kedai tercipta guna memenuhi kebutuhan makanan dan minuman bagi masyarakat tetapi dalam skala yang lebih kecil.

Di Kota Tasikmalaya sendiri dapat kita jumpai berbagai kedai yang menjual produk olahan jus buah pada umumnya seperti jus jeruk, jus semangka, jus mangga, dan sebagainya. Dalam hal ini Penulis akan merencanakan bisnis kedai yang menjual olahan jus, spesifiknya yaitu *healthy juice*. Pengertian *healty juice* sendiri adalah

olahan jus yang terbuat dari buah – buahan yang dicampurkan dengan berbagai rempah-rempahan. Pengertian jus sendiri adalah sari buah atau diartikan sebagai cairan yang diambil atau diperas dari bagian buah itu sendiri yang dapat dimakan atau *edible portion* menggunakan cara pengepresan atau cara yang lain. Sari buah sendiri mengandung komponen sel dalam suspensi koloid dengan sejumlah hancuran jaringan (Pujimulyani 2009 : 117).

Selain itu dengan banyaknya usaha *coffee shop* yang mulai menjamur di Kota Tasikmalaya, membuat sebuah ide bisnis bagi Penulis untuk menciptakan suatu bisnis baru dengan konsep kedai yang menyajikan suatu minuman kekinian yang dibuat dari berbagai buah-buahan yang sekarang ini sedang menjadi *trend* di Indonesia yaitu produk minuman kesehatan *healthy juice*.

Usaha olahan minuman yang akan Penulis dirikan ini adalah merupakan sebuah kedai yang akan menjual olahan jus yang terbuat dari buah – buahan yang dicampurkan dengan berbagai rempah-rempahan yang nantinya akan dibuat secara unik dan dikemas dengan menarik, Penulis berharap dengan produk yang dijual dapat menjadi *trend* dikalangan anak muda di Kota Tasikmalaya. Berikut adalah tabel konsumsi bahan pangan sayur dan buah penduduk Kota Tasikmalaya :

**Tabel 1**

**Data Konsumsi Penduduk Kota Tasikmalaya Terhadap Kelompok Bahan Pangan Sayuran dan Buah 2020**

<b>NO</b>	<b>KECAMATAN</b>	<b>SAYUR</b>	<b>BUAH</b>
1	Cihideung	3.923.591	2.761.857
2	Cipedes	4.425.041	3.114.833
3	Tawang	3.407.963	2.398.901
4	Indihiang	3.132.160	2.204.761
5	Kawalu	5.267.326	3.707.726
6	Cibeureum	3.725.652	2.622.526
7	Tamansari	4.183.284	2.944.658
8	Mangkubumi	5.257.284	3.700.658
9	Bungursari	3.220.711	2.267.093
10	Purbaratu	2.419.615	1.703.192
	<b>TOTAL</b>	<b>38.962.626</b>	<b>27.426.206</b>

Sumber : Open Data Tasikmalaya (2020)

Dari data yang Penulis dapatkan, Penulis mendapatkan hasil bahwa angka konsumsi buah dan sayur penduduk Kota Tasikmalaya pada setiap kecamatannya terbilang cukup tinggi. Oleh karenanya Penulis ingin memanfaatkan peluang ini guna memenuhi keinginan serta kebutuhan masyarakat khususnya dikalangan anak muda, wisatawan, kalangan pekerja serta pendatang sehingga menjadikan tumbuhnya keinginan pasar terhadap produk minuman yang bukan hanya kekinian tetapi juga menyehatkan. Hal ini menjadi dasar bagi Penulis dalam merencanakan produk yang akan Penulis tawarkan yaitu berupa olahan jus dengan campuran berbagai *herb and spices*.

Berdasarkan paparan latar belakang di atas Penulis akan membuat Tugas Akhir tentang perencanaan bisnis dengan judul “Perencanaan Bisnis Kedai “*HI.U Juices*” di Kota Tasikmalaya”.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Bisnis merupakan suatu usaha untuk mendapatkan suatu keuntungan dengan menjual suatu produk ataupun jasa kepada masyarakat. Menurut Boone mengatakan bahwa, “bisnis merupakan aktivitas usaha yang digunakan untuk mencari keuntungan atau laba dengan menyediakan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari”. (Louis E. Boone : 2007)

Dari penjelasan yang sudah dijelaskan di atas maka dari itu bisnis yang akan Penulis dirikan adalah bisnis kedai minuman yang berlokasi di Kota Tasikmalaya yang mana didalamnya menawarkan produk minuman berupa berbagai minuman jus yang dicampurkan dengan menggunakan berbagai *herb & spices*. Di Kota Tasikmalaya saat ini kedai yang umum dijumpai adalah kedai kopi sehingga kedai jus dengan campuran *herb and spices* ini akan menjadi jenis kedai yang tergolong baru.

Kedai jus ini akan menggunakan bangunan dengan luas yang tidak terlalu besar sehingga hanya memiliki kapasitas pelanggan sebanyak 10 *seat*. Sedangkan untuk penjualannya sendiri Penulis menerapkan sistem penjualan dan pembuatan produk secara langsung dihadapan konsumen, alasan Penulis

menerapkan konsep seperti ini guna menunjukkan kepada para konsumen bahwa bahan baku yang digunakan merupakan bahan baku yang *fresh*, bersih, serta *hygiene*.

Kedai ini menawarkan jasa minum ditempat atau *dine-in* yang dapat memudahkan pembeli dalam menikmati produk minuman yang dijual serta jasa bawa pulang atau *take away*. Selain itu kedai ini juga menawarkan jasa pesan antar atau *delivery* agar memudahkan pelanggan dalam memesan produk minuman yang dijual melalui *E-Commerce*.

## **2. Deskripsi Logo dan Nama**

Logo dan nama ialah suatu faktor penting bagi suatu usaha, dengan adanya logo dan nama dapat menjadi bentuk representasi dari suatu usaha sehingga usaha tersebut dapat dikenali oleh banyak orang. Dapat disimpulkan bahwa logo dan nama suatu usaha bersifat penting guna menjadi suatu identitas sebuah usaha, sehingga menentukan logo dan nama adalah hal yang wajib apabila akan memulai suatu usaha. Menurut Sularko (2008) logo bisa disebut dengan *corporate identity* atau *brand identity* adalah sebuah tanda yang dimana secara langsung tidak menjual, melainkan memberi suatu identitas yang pada akhirnya akan menjadi sebuah alat pemasaran yang signifikan, dan logo nantinya akan mampu juga dapat membantu dalam membedakan suatu produk atau jasa dari pesaingnya. Sedangkan pengertian nama dari suatu bisnis dijelaskan oleh Edelman, Silverstain dan Chapluis menyebutkan bahwa suatu

brand dapat melampaui dari nama produk itu sendiri. Menciptakan suatu *brand* dengan baik dapat menyesuaikan sistem dalam bisnis itu sendiri serta *insight* dari para konsumen. Oleh karena itu akan memberikan dampak dalam jangka waktu yang panjang serta signifikan. (Edelman, Silverstain dan Chapluis, 1993)

**Gambar 1**  
**Desain Logo *HI.U JUICES***



Sumber : Desain Penulis (2023)

Filosofi dari logo *HI.U Juices* :

- a. Kata "*HI.U Juices*" yang diambil dari kata "hayu" yang berarti suatu ajakan dalam bahasa Sunda, dan "*juices*" diambil dari kata bahasa Inggris yang memiliki arti Jus atau olahan sari buah yang mengartikan bahwa bisnis ini menjual olahan minuman jus.
- a. Warna biru diartikan sebagai ketenangan, *fresh* dan *relax* (konsumen merasa nyaman dan tenang)

- b. Gambar buah diartikan sebagai bahan dasar produk minuman ini berasal dari buah
- c. Gambar *herbs* diartikan sebagai produk yang di pasaran memiliki khasiat yang banyak seperti pada tanaman *herbs* itu sendiri.
- b. Gambar jus ditengah logo memiliki arti bahwa produk utama dalam bisnis yang Penulis dirikan adalah jus.
- c. Warna oranye pada tulisan *healthy and fresh* memiliki makna kesegaran dan manfaat bagi kesehatan yang dihasilkan dari buah-buahan yang tentunya menjadi *highlight* dari produk yang akan dijual.
- d. Bentuk logo berbentuk *hexagonal* terinspirasi dari bentuk lubang sarang lebah yang biasanya menghasilkan madu, dan madu sendiri memiliki banyak manfaat yang baik bagi tubuh maka dari itu diharapkan produk yang *HI.U Juices* tawarkan memiliki manfaat yang baik bagi banyak orang.

Kedai yang Penulis dirikan bernama “*HI.U Juices*”. Nama kedai diambil dari kata dalam bahasa Sunda yaitu “hayu” yang memiliki arti sebuah ajakan. Yang diharapkan nama ini akan menjadi sesuatu yang dapat diingat oleh calon konsumen untuk selalu membeli produk ini. Nama ini juga dipilih oleh Penulis sebagai inspirasi dalam mendirikan kedai modern dan juga mengajak orang-orang untuk mengonsumsi minuman jus kesehatan, khususnya masyarakat di Kota Tasikmalaya agar tertarik untuk mengonsumsi minuman kekinian yang tidak hanya menarik tetapi juga sehat.



### 3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis dapat diartikan sebagai sebuah gambaran mengenai sebuah produk yang dihasilkan. Selain nama dan logo, identitas bisnis harus mencakup data berupa kontak bisnis dan alamat usaha. Setiap bisnis pada dasarnya haruslah memiliki suatu identitas yang dimana hal tersebut dilakukan agar produk yang akan ditawarkan dapat dikenal dengan baik oleh para konsumen dan masyarakat luas.

**Tabel 2**

**Daftar Akun Sosial Media *HI.U JUICES***

No	<i>Social Media</i>	Nama akun sosial media
1.	Instagram	@HI.U_Juices
2.	Whatsapp	(+62)81371210616

Sumber : Data Penulis (2023)

**Gambar 2**

**Lokasi Usaha *HI.U JUICES***



Sumber : Olahan Penulis (2023)

### Gambar 3

#### Tempat Usaha *HI.U JUICES*



Sumber : Dokumentasi Penulis (2023)

Bisnis yang akan Penulis dirikan yaitu berlokasi di Jl. Tanuwijaya No. 12, Empangsari, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya. Lokasi usaha tersebut merupakan milik Penulis pribadi, dipilihnya lokasi tersebut dikarenakan lokasi yang dipilih oleh Penulis merupakan lokasi yang strategis dikarenakan merupakan jalan utama menuju pusat Kota Tasikmalaya, sekitar lokasi usaha yang akan Penulis dirikan terdapat banyak tempat seperti sekolah, universitas, perkantoran dan rumah sakit. Dan juga dipilihnya lokasi usaha ini disebabkan dekatnya lokasi usaha dengan lokasi pendukung seperti pasar, *supermarket* dan *supplier* yang mana nantinya akan menjadi aspek pendukung untuk memenuhi kebutuhan bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi bisnis ini.

#### C. Visi dan Misi

Visi dan misi adalah suatu hal yang sangat penting bagi suatu usaha agar usaha yang dijalankan lebih terarah dan jelas tujuannya. Setiap usaha bisnis harus bisa

mencapai visi dan misi yang dibuatnya dengan jangka waktu yang cepat maupun jangka waktu yang bertahap. Visi menurut Kotler yang dikutip oleh Nawawi (2000 : 122), “ visi adalah pernyataan suatu tujuan oleh suatu organisasi yang dituangkan dalam suatu produk atau pelayanan yang ditawarkan, dan juga suatu kebutuhan yang dapat ditanggulangi oleh seluruh masyarakat yang dilayani, nilai – nilai yang diperoleh serta tujuan sekarang dan cita – cita dimasa depan”. Sedangkan menurut Drucker dalam Aditama, (2020), misi adalah alasan yang menjadi dasar dari sebuah perusahaan. Berikut merupakan visi dan misi dari “*HI.U Juices*” :

### **1. Visi**

Visi dari bisnis kedai “*HI.U Juices*” ini adalah menjadikan *brand* minuman *healthy & fresh juice* terkenal di Tasikmalaya.

### **2. Misi**

Misi dari bisnis kedai “*HI.U Juices*” ini adalah sebagai berikut :

- a. Menawarkan produk minuman dengan kualitas yang terbaik dengan menggunakan bahan baku yang segar, bersih dan organik.
- b. Memberikan pelayanan prima pada setiap konsumen.
- c. Menjalankan standard *hygene* dan sanitasi lingkungan kerja dengan baik.
- d. Memberikan pelatihan kepada karyawan agar kedai *HI.U Juices* mendapatkan Sumber daya manusia dengan kualitas yang baik.

#### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan mengidentifikasi beragam faktor secara sistematis untuk menentukan rumusan yang tepat serta melakukan strategi perusahaan yang terbaik. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) serta ancaman (*Threats*). (Freddy Rangkuti 2009 : 18).

Langkah pertama untuk menciptakan suatu bisnis ialah melakukan analisis SWOT, yang artinya kita sebagai pemilik usaha harus mengetahui siapa target pasar kita, siapa pesaing kita serta kelebihan dan kekurangan dari produk pesaing, dengan melakukan analisis SWOT kita dapat mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), serta ancaman (*Threats*) dari usaha yang kita dirikan. Berikut adalah analisis SWOT dari bisnis yang didirikan oleh Penulis :

##### 1. *Strength*

- a. Menawarkan olahan jus dengan berbagai campuran *herb and spices*.
- b. Produk dengan bahan baku organik dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.
- c. Lokasi yang mudah dijangkau baik roda dua maupun roda empat.

2. *Weaknesses*

- a. Minuman kesehatan khususnya *healthy juice* belum banyak dikenal di masyarakat Kota Tasikmalaya.
- b. Kurangnya SDM yang kompeten dalam proses produksi, sehingga perlu dilakukannya *training and development*.
- c. Produk yang kurang tahan lama karena menggunakan bahan baku organik.

3. *Opportunities*

- a. Usaha bisnis berupa jus kesehatan masih sedikit di Kota Tasikmalaya.
- b. Kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat setelah pandemi.
- c. Bahan baku yang mudah didapatkan.

4. *Threats*

- a. Bahan baku organik tidak tahan lama.
- b. Pengetahuan masyarakat akan minuman kesehatan masih kurang.
- c. Harga bahan baku yang tidak stabil atau tidak menentu.

**Tabel 3**

**Analisis Matrix SWOT**

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p><b>Strength</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memiliki olahan jus dengan berbagai campuran <i>herb and spices</i>.</li> <li>- Produk dengan bahan baku organik dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.</li> <li>- Lokasi yang mudah dijangkau baik roda dua maupun roda empat.</li> </ul>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Minuman kesehatan khususnya <i>healthy juice</i> belum banyak beredar di masyarakat Kota Tasikmalaya.</li> <li>- Kurangnya SDM yang kompeten dalam proses produksi, sehingga perlu dilakukannya <i>training and development</i>.</li> <li>- Produk yang kurang tahan lama karena menggunakan bahan baku organik.</li> </ul>
<p><b>Opportunities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Usaha bisnis berupa jus kesehatan belum banyak di Kota Tasikmalaya.</li> <li>- Setelah pandemi menurun, masyarakat mulai sadar akan kesehatan.</li> <li>- Banyaknya distributor bahan baku organik.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>S / O</b></p> <p>Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan, sehingga kebutuhan akan minuman kesehatan juga meningkat</p>	<p style="text-align: center;"><b>W / O</b></p> <p>Sulitnya mendapat kesadaran masyarakat untuk mengenalkan produk yang akan dijual.</p>

<i>Threats</i>	<i>S/T</i>	<i>W/T</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bahan baku organik tidak tahan lama.</li> <li>- Kesadaran masyarakat akan kurangnya mengonsumsi minuman kesehatan.</li> <li>- Harga bahan baku yang tidak stabil atau tidak menentu.</li> </ul>	Memberikan produk yang berkualitas serta harga yang kompetitif yang bisa bersaing dengan kompetitor lain	Melakukan kegiatan promosi atau pemasaran yang aktif, guna meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengenalkan produk yang nantinya akan dijual.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

### **E. Spesifikasi Produk**

Produk merupakan bagian terpenting dalam suatu usaha. Produk adalah segala hal yang dapat ditawarkan serta, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memberikan kepuasan keinginan serta kebutuhan konsumen (Kotler : 2008). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa produk adalah suatu hal yang diproses oleh suatu perusahaan baik itu berupa produk atau jasa sehingga dapat ditawarkan kepada customer agar dapat dibeli, digunakan, dikonsumsi dan dapat memenuhi kepuasan *customer*.

Produk merupakan hal terpenting yang akan ditawarkan oleh suatu perusahaan atau dengan kata lain adalah produk merupakan nyawa dari suatu perusahaan yang berperan penting untuk menggerakkan suatu perusahaan. Berdasarkan pengertian tersebut, Penulis akan menawarkan produk untuk menjalankan bisnisnya yaitu berupa produk *Food and Beverage* dan Penulis akan lebih fokus menawarkan produknya kedalam bidang *beverage*.

*Beverage* merupakan sebuah cairan yang dapat dikonsumsi dan aman bagi tubuh dengan tujuan tertentu kecuali obat-obatan. Ekawatiningsih menjelaskan bahwa minuman merupakan jenis cairan yang dapat diminum selain obat-obatan dan minuman mempunyai memiliki beragam fungsi yang mendasar yaitu sebagai penghilang rasa haus, perangsang nafsu makan, penambah tenaga, dan sarana untuk membantu proses pencernaan makanan (Ekawatiningsih, 2008).

Cousins, Lillicrap dan Weekes (2014:127) menjelaskan bahwa minuman dikelompokkan menjadi dua jenis minuman yaitu minuman tidak beralkohol (*non-alcoholic beverages*) dan minuman beralkohol (*alcoholic beverages*). *Non alcoholic beverage* yaitu minuman yang tidak terdapat kandungan alkohol didalamnya seperti air mineral, teh, kopi, susu, dan jus buah. Jus merupakan sari buah atau cairan yang diambil atau diperas dari bagian buah yang dapat dikonsumsi oleh manusia dan memiliki berbagai manfaat baik bagi tubuh manusia dan jus dapat dihasilkan dengan menggunakan cara diambil sari buahnya atau cara mekanis lainnya. Sedangkan *healthy juice* sendiri merupakan olahan jus buah yang biasanya dicampurkan dengan berbagai rempah-rempahan (*herb and spices*).

Produk yang akan ditawarkan oleh kedai ini adalah *healthy juice* yang merupakan olahan jus yang dicampurkan dengan *herb and spices* seperti contohnya yaitu jus buah jeruk dan buah nanas yang akan dicampur dengan *herb and spices* seperti jahe dan kayu manis sehingga menghasilkan rasa yang asam dan segar yang unik serta aroma yang kuat. Dalam penjelasan tersebutlah yang akan menjadi ciri khas tersendiri dari produk yang akan dijual oleh “*HI.U Juices*”.



## **F. Jenis Badan Usaha**

Badan usaha merupakan penggabungan antara orang dan modal untuk menggerakkan suatu aktivitas dalam bidang perdagangan atau dalam dunia usaha. Pengertian badan usaha yaitu sebuah organisasi yang menggabungkan dan mengkoordinasikan berbagai jenis sumber daya yang bertujuan memproduksi atau menghasilkan barang atau jasa untuk dijual. (Salvatore: 2005) Bentuk badan usaha terdiri dari dua jenis kepemilikan yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS). Dalam merencanakan usaha bisnisnya, Penulis menggunakan badan usaha dengan jenis kepemilikan BUMS.

BUMS merupakan badan usaha yang menggunakan modal usaha dengan menggunakan modal yang berasal dari pihak swasta baik itu dari pihak swasta asing maupun pihak swasta dalam negeri. Didalam BUMS memiliki beberapa bentuk jenis badan usaha yang diantaranya adalah Perseroan Terbatas (PT), Perusahaan Perseorangan (PO), Firma (Fa), Commanditaire Vennootschap (CV), dan Koperasi. Badan usaha yang Penulis gunakan untuk merencanakan bisnisnya ialah badan usaha perusahaan perseorangan.

Perusahaan perseorangan (PO) merupakan perusahaan yang dikelola sendiri dan segala bentuk keuntungan maupun kerugian yang ada ditanggung oleh masing-masing individu. Murti Sumarai dan Jhon Suprianto mengatakan bahwa perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua risiko dan aktivitas

perusahaan (Sumarai & Suprianto : 2003). Perusahaan perseorangan terdapat dua bentuk yaitu perusahaan perseorangan berizin dan perusahaan perseorangan tidak berizin. Untuk perusahaan perseorangan berizin ditandai dengan kepemilikan surat-surat resmi dari pemerintah atas usaha yang dijalankan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat diartikan bahwa perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dikelola sendiri serta hasil keuntungan dan aset yang ada dalam usaha tersebut merupakan milik pribadi. Meskipun memiliki keuntungan yang baik bagi pemiliknya, perusahaan perseorangan memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri dan untuk kelebihannya yaitu tidak dikenakan pajak perusahaan seperti Perseoran Terbatas (PT) dan Firma, biaya yang rendah dalam pengelolaannya, dan apabila perusahaan mengalami kerugian maka kompensasi kerugian dapat dimasukkan kedalam pajak penghasilan pemilik. Sedangkan kelemahannya yaitu tanggung jawab pemilik tidak terbatas dan yang artinya seluruh harta kekayaan pemilik merupakan jaminan untuk seluruh hutang perusahaan, kelangsungan usaha kurang terjamin, serta sumber keuangan yang terbatas.

Bisnis kedai yang Penulis rencanakan termasuk bentuk usaha milik pribadi atau termasuk dalam jenis badan usaha BUMS yang mana tergolong kedalam perusahaan perseorangan yang artinya kedai yang Penulis rencanakan menggunakan modal pribadi atau mandiri. Alasan Penulis memilih untuk mendirikan kedai ini sebagai perusahaan perseorangan adalah hasil yang akan didapatkan merupakan milik pribadi serta usahanya yang tidak terlalu besar, tetapi usaha ini akan tetap didaftarkan sebagai usaha pariwisata di bidang makanan dan minuman di Kota Tasikmalaya.

## **G. Aspek Legalitas**

Keberlangsungan suatu usaha dipengaruhi berbagai faktor, antara lain adalah legalitas usaha. Dalam suatu usaha, legalitas ini berwujud pada kepemilikan izin usaha, seperti akta pendirian perusahaan, nomor pokok wajib pajak (NPWP) perusahaan, surat izin usaha, izin gangguan (HO), izin lingkungan, izin lokasi, dan jenis izin lainnya. (Rini Fitriani : 2017).

Legalitas usaha merupakan unsur penting dalam suatu usaha yang berupa sumber informasi yang resmi berdasarkan undang-undang yang berlaku, yang mana nantinya perusahaan tersebut dapat memiliki berbagai dokumen yang sah dimata hukum yang berlaku. Dokumen tersebut nantinya dapat memuat berbagai informasi yang terkait dengan usaha tersebut seperti identitas dan juga semua yang berkaitan dengan dunia usaha serta pendirian perusahaan dan kedudukannya. Dalam pendirian bisnis kedai ini tentunya tidak lepas dari aspek legalitas serta landasan hukum yang berlaku untuk pendirian bisnis ini, diantaranya adalah :

1. Undang – undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
3. Undang – Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman (Pasal 49).
4. Undang – undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal melalui pernyataan sertifikasi halal oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

5. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018, tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata. ( Pasal 1 ayat 7 dan 12 ayat 2).