

BAB I

DESKRIPSI USAHA

A. Latar Belakang

Perkembangan industri usaha makanan dan minuman pasca pandemi Covid-19 dengan optimis meningkat dengan pesat sehingga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Alasan terjadinya perkembangan pada industri ini karena memiliki daya saing tinggi, sumber daya alam mendukung, serta permintaan pasar yang selalu meningkat. Salah satu faktor meningkatnya industri makanan dan minuman didukung oleh permintaan pasar. Permintaan pasar merupakan sebuah keinginan dari konsumen dengan cara membeli produk/jasa pada tingkat harga tertentu.

Peningkatan pendapatan yang terjadi pada industri makanan dan minuman dapat didorong oleh beberapa faktor. Menurut Mankiw (2003), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen atas suatu barang antara lain harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan konsumen, jumlah konsumen, selera konsumen dan perkiraan di masa yang akan datang. Analisis permintaan pasar dapat dipengaruhi oleh kecenderungan atau tren konsumen. Kecenderungan minat beli konsumen didorong oleh berbagai aspek.

Menurut (Lucas, 2003) aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli adalah:

1. Aspek ketertarikan adalah perilaku konsumen yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian yang disertai rasa senang terhadap suatu produk.

2. Aspek keinginan adalah perilaku konsumen yang menunjukkan adanya dorongan untuk berkeinginan memiliki suatu produk.
3. Aspek keyakinan, adalah perilaku konsumen yang menunjukkan adanya rasa percaya diri terhadap kualitas, daya guna dan manfaat dari membeli suatu produk.

Aspek diatas mendorong minat konsumen untuk menentukan pilihan dalam membeli produk/jasa. Menurut Kotler (2001:144) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, faktor sosial, pribadi, psikologis. Faktor personal dipengaruhi oleh pendapatan, usia, pekerjaan, dan gaya hidup. Gaya hidup pada masyarakat dapat mendorong terjadinya perubahan kecenderungan atau tren dalam penentuan pemilihan, ini sangat dipengaruhi oleh ruang lingkup yang dihadapi. Masyarakat secara gaya hidup sosial terbagi kedalam dua kelompok, masyarakat rural dan masyarakat urban.

Di kalangan masyarakat urban, *hangout* atau berkumpul dengan rekan menjadi sebuah gaya hidup. Sebelumnya untuk berkumpul hanya dilakukan di warung kopi atau rumah sahabat, seiring berjalannya waktu telah beralih ke kafe. Perubahan gaya hidup inilah yang menimbulkan meningkatnya usaha kafe. Disamping untuk memenuhi gaya hidup dan kebutuhan pokok, tentunya juga untuk mendapat pengalaman dan memenuhi rasa ingin tahu terhadap rasa yang disajikan.

Melalui pernyataan Ketua Harian Asosiasi Kafe dan Restoran (AKAR) Jawa Barat, Gan Bondillie, 2022

“Pengunjung kafe dan restoran di Kota Bandung, Jawa Barat mengalami kenaikan 15-20 persen. Kenaikan persentase terjadi sejak relaksasi peraturan pencegahan Covid-19 diberikan untuk sektor kafe dan resto”.

Kondisi pandemi Covid-19 yang masih berlangsung hingga saat ini membuat terjadinya perubahan pola konsumsi dan perilaku masyarakat dengan memilih produk yang dapat meningkatkan imunitas tubuh. Konsumsi minuman yang dapat meningkatkan imunitas tubuh disebabkan oleh faktor keluarga, psikologis (individu), dan budaya (Sifaq A, 2022)

Berdasarkan fenomena tersebut, pengusaha harus bisa mengambil peluang yang ada dengan menghadirkan inovasi makanan dan minuman dengan cita rasa khas serta dapat memberi pengalaman baru terhadap konsumen. Ide perencanaan usaha yang penulis tawarkan adalah usaha kafe herbal. Kesempatan menjalankan usaha kafe yang dapat memberikan pengalaman baru, dengan menu yang sehat dan nikmat.

Dalam berusaha tentunya akan selalu ada persaingan dalam menawarkan produk dan jasa yang sama. Persaingan sebagai tantangan dalam dunia bisnis sehingga pelaku usaha dapat menghitung risiko pesaing terhadap sifat usaha, bentuk usaha dan intensitas persaingan yang terjadi dan cara yang akan ditempuh oleh para pelaku usaha untuk dalam mengambil keputusan untuk menghadapi kegagalan usaha yang dominan mempengaruhi tingkat keuntungan suatu perusahaan. (Siagian, 2003)

Penentuan sasaran pasar sesuai karakteristik konsumen sangat membantu dalam hal pemasaran dalam perencanaan usaha. Untuk itu pentingnya membuat

perencanaan usaha agar usaha selalu berkembang menurut tren dan bisa mengimbangi dengan kebutuhan atau minat dari target pasar.

Perencanaan usaha adalah bagian awal dan mendasar dari sebuah usaha baik itu usaha besar maupun usaha kecil, semuanya perlu memiliki perencanaan usaha yang matang agar lebih siap menghadapi segala kemungkinan yang terjadi saat menjalankan usahanya. Perencanaan usaha (*Business plan*) merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur-unsur yang *relevan* baik internal, maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai sewaktu usaha (Hisrich, 1995)

Tujuan dilakukan perencanaan usaha adalah agar dapat berjalan sesuai pedoman yang telah direncanakan dan dapat memprediksi strategi yang akan digunakan untuk mendapatkan hasil yang diharapkan. Salah satu strategi yang digunakan untuk melakukan perencanaan usaha adalah *Business Model Canvas* (BMC). Salah satu pendekatan model usaha yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan sebuah pendekatan yang dapat digunakan untuk memetakan suatu usaha dengan menggunakan sembilan blok bangunan (*Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Cost Structure, Key Activities, Key Partnerships, Dan Key Resources*) (Pratama, 2018)

TABEL 1. 1

BUSINESS MODEL CANVAS USAHA KAFE HERBAL BUMI PERTIWI

Business Model Canvas Tren Minuman Herbal Selama Masa Pandemi Covid-19		Kafe Bumi Pertiwi		
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> - Petani lokal sebagai <i>supplier</i> 	Model: <ul style="list-style-type: none"> - Memproduksi makanan dan minuman - Pembelian bahan baku produk dari petani lokal - Pengolahan produk dari belum jadi, setengah jadi hingga jadi - Penyediaan fasilitas agar pengunjung dapat berinteraksi 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk memiliki ciri khas - Pengolahan produk baru - Harga Bersaing - Bisa memilih atau <i>add on</i> item - Kenyamanan tempat dan dalam bertransaksi - Penyuguhan suasana baru dan unik 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Personal Assistance</i> 1 waiter dapat melayani beberapa konsumen serta waiter membantu tamu untuk mendapat kenyamanan - <i>Membership card</i> - Diskon dan Promo 	<i>Segmented Market</i> karena minuman konsep kafe herbal cocok untuk kalangan berumur 10 tahun hingga 26 tahun ke atas yang memiliki berminat untuk mencoba pengalaman baru dalam minuman.
	Key Resources		Channel	
	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Physical asset</i> berupa bangunan, peralatan, perlengkapan - <i>Intellectual</i> berupa hak paten terhadap brand, logo, resep; data customer - <i>Human</i> merupakan SDM seperti Brewer, cook, and waiter - <i>Financial</i> berupa <i>sharing profit</i> 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Awareness</i>: Media sosial, <i>online market place</i> - <i>Evaluation</i>: Media sosial, tingkat penjualan per menu item - <i>Purchase</i>: <i>in store, food delivery app</i> - <i>Delivery</i>: bekerjasama dengan <i>food delivery app</i> - <i>After sales</i>: penilaian via <i>food delivery app</i>, mulut ke mulut 	
Cost Structure			Revenue Streams	
<ul style="list-style-type: none"> - Fixed cost: sewa bangunan, gaji karyawan, perawatan peralatan dan perlengkapan - Variable cost: biaya listrik dan air, bahan baku, kemasan 			Penjual makanan dan minuman di Kafe Herbal Bumi Pertiwi Pricing: <ul style="list-style-type: none"> - Fixed price: sesuai dengan menu - Product feature dependent: <i>add on</i> tergantung konsumen 	

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Perencanaan usaha ini akan penulis gunakan sebagai panduan dalam merancang Tugas Akhir, teori dan BMC diatas akan penulis gunakan sebagai landasan dalam penulisan *Business Plan* yang berjudul “**Perencanaan Usaha Kafe Herbal “Bumi Pertiwi” di Kota Bandung**”.

B. Gambaran Umum Usaha

1. Deskripsi Usaha

Pengajuan usaha atau usaha kafe herbal yang penulis beri nama Kafe Herbal Bumi Pertiwi merupakan sebuah usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman dengan memproduksi dan memberi pelayanan langsung

ke pelanggan. Beberapa produk yang ada seperti minuman non alkohol berbahan dasar herbal, makanan, produk siap seduh.

Usaha kafe herbal adalah jenis usaha yang mengkombinasikan konsep kafe tradisional dengan penekanan pada penggunaan bahan-bahan herbal alami. Kafe herbal menawarkan berbagai minuman dan makanan yang menggunakan ramuan herbal sebagai bahan utama, seperti teh herbal, minuman tonik herbal, *smoothie* herbal, dan makanan ringan dengan tambahan herbal. Konsep ini menarik bagi mereka yang mencari alternatif sehat dan alami dalam konsumsi makanan dan minuman sehari-hari.

Melihat pangsa pasar yang efektif untuk berusaha kafe herbal ini, dan dilihat dari perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dengan berkeinginan konsumsi makanan dan minuman yang sehat dan kafe tidak lagi digunakan sebagai tempat mengisi waktu luang lagi, tapi banyak kalangan yang memilih kafe sebagai tempat kegiatan lain ditunjang minuman dan makanan sehat, sehingga kebutuhan konsumen ini penulis ambil sebagai peluang untuk usaha kafe herbal dengan harapan kafe herbal yang penulis rencanakan ini, penulis beri nama Bumi Pertiwi sesuai dengan perencanaan keberhasilannya.

2. Deskripsi Nama dan Logo

Merek (*brand*) adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing. (Kotler, 2002)

Sedangkan menurut (Kartajaya, 2010) merek adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan

menghargai kualitas. Sehingga penulis menyiapkan logo dan nama untuk usaha yang akan dibangun yang bertujuan sebagai *keyword* yang sesuai dengan produk dan menjadikan alamat secara otomatis, adapun dapat dirincikan sebagai berikut:

a. Nama

Nama merupakan representasi dari merek dan memiliki potensi untuk memberikan dampak positif dalam mendapatkan simpati konsumen. Sebuah nama merek yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai faktor pembeda dari merek lain, tetapi juga dapat menciptakan hubungan emosional dan daya tarik terhadap konsumen. (E Knapp, 2001)

Bumi Pertiwi merupakan sebuah nama yang diusung penulis dari kata *Prthivi* yang dalam bahasa Sanskerta *Prthivi* merupakan Dewi Bumi. Nama Bumi Pertiwi diambil karena bahan baku yang didapat untuk produksi minuman herbal diambil dari perkebunan lokal Jawa Barat bukan produk impor. Sejalan dengan makna tersebut, penulis memaknai bahwa racikan minuman herbal ini dapat menjadi ramuan untuk mengurangi risiko penyakit dan meningkatkan imunitas tubuh.

b. Logo

Logo dapat diartikan sebagai representasi visual berupa gambar atau huruf yang memiliki makna khusus. Logo berfungsi sebagai elemen grafis yang mewakili identitas perusahaan, daerah, atau produk tertentu. Dengan menggunakan simbol atau desain yang unik, logo memiliki peran penting dalam memberikan identitas visual yang mudah dikenali dan dapat membangun hubungan antara entitas tersebut dengan pelanggan atau masyarakat umum. (Rustan, 2012).

GAMBAR 1. 1

DESAIN LOGO KAFE HERBAL BUMI PERTIWI



Sumber: Desain Penulis, 2023

Logo Bumi Pertiwi bernuansa coklat dengan perpaduan antara coklat tua dan muda. Warna coklat merupakan warna yang identik dengan unsur bumi. Selain itu pariwisata sendiri menggunakan warna coklat untuk melambangkan sikap hospitaliti, dominasi warna ini akan memberi kesan hangat, nyaman dan aman. Elemen grafis digambarkan dengan secangkir minuman dengan bahan bahan beberapa tumbuhan dalam bidang desain warna hijau memiliki nilai tersendiri karena dapat memberi kesan segar dan membumi terlebih jika dikombinasikan dengan warna coklat gelap.

3. Identitas Usaha

Nama Usaha	: Bumi Pertiwi
Alamat	: Rencana lokasi usaha di Sukajadi Kota Bandung.
Pemilik Usaha	: Nada Maharani Afen
Kategori Usaha	: Usaha Makanan dan Minuman

Lokasi merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam perencanaan usaha. Penentuan lokasi akan berdampak panjang terhadap kesuksesan usaha di masa depan.

Menurut (Utami, 2010) melalui pemilihan lokasi yang tepat mempunyai keuntungan:

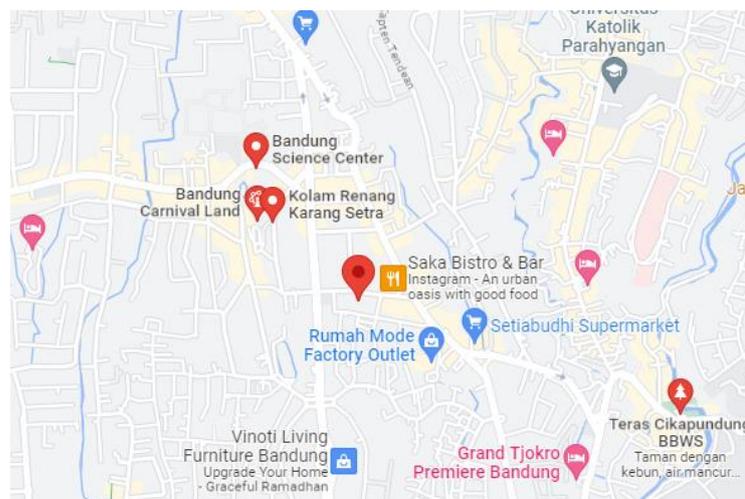
- a. Merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan
- b. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha pada masa yang akan datang.

Pemilihan lokasi Kafe Herbal Bumi Pertiwi ini, direncanakan penulis di daerah Sukajadi, Kota Bandung, adapun alasan penulis memilih daerah tersebut

- a. Dari keseharian penulis melihat banyak target pasar sesuai konsep yang diajukan.
- b. Lokasi yang diusulkan merupakan pusat keramaian dari berbagai kalangan dan usia.
- c. Lokasi yang mudah di akses
- d. Tidak adanya kompetitor kafe herbal di lokasi tersebut.

GAMBAR 1. 2

DENAH LOKASI



Sumber: Laman Google Maps, 2023

C. Visi dan Misi

Setelah merumuskan masalah dalam latar belakang perencanaan sebuah usaha, perencanaan produk hingga lokasi, maka selanjutnya penulis berkomitmen dengan Visi dan Misi.

1. Visi

Menjadikan Bumi Pertiwi sebagai pilihan utama konsumen karena dengan penjualan produk minuman berbahan dasar herbal tertinggi Kota Bandung yang akan dicapai pada lima tahun mendatang.

2. Misi

- a. Memberikan inovasi produk dan layanan agar tetap menjadi usaha unggulan di kelasnya
- b. Membuat strategi pemasaran efektif
- c. Menyediakan produk berkualitas dengan pelayanan terbaik
- d. Menyesuaikan diri dengan tren minuman di pasaran dengan tidak menghilangkan kekhasan Kafe Herbal Bumi Pertiwi

D. SWOT ANALYSIS

Perencanaan usaha membutuhkan strategi untuk meningkatkan keberhasilan sebuah perencanaan. Salah satu metode yang penulis gunakan untuk perencanaan usaha Bumi Pertiwi adalah *SWOT Analysis Strategy*. Analisis SWOT yang merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang

(*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang ada pada usaha tersebut. (Rangkuti, 2002)

TABEL 1. 2

ANALISIS SWOT KAFE HERBAL BUMI PERTIWI

<p>SW</p> <hr style="border: 1px solid black;"/> <p>OT</p>	<p><u>STRENGTHS</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Produk yang dijual merupakan inovasi dari jamu tradisional 2) Pelayanan profesional dan efisien 3) Produk bersih dan segar sesuai standar 4) Desain interior modern 	<p><u>WEAKNESSES</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keterampilan pegawai 2) Masyarakat belum mengenal bisnis penulis karena merupakan bisnis baru 3) Pemasaran belum optimal 4) Keterbatasan Modal
	<p><u>OPPORTUNITIES</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pesaing yang menyediakan minuman herbal sebagai produk utama masih jarang 2) Kebudayaan minum jamu yang memang sudah ada di Indonesia 3) Lokasi strategis di Kawasan Sukajadi Kota Bandung 4) Harga bahan baku yang cenderung stabil 	<p><u>ANALISA S/O</u></p>	<p><u>ANALISA W/O</u></p>
<p><u>THREATS</u></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ancaman imitasi produk dari pesaing 2) Adanya produk pengganti 	<p><u>ANALISA S/T</u></p>	<p><u>ANALISA W/T</u></p>	

Memberi *sales promotion* berupa *discount, buy 1 get 1 free, free sample*, dll, diversifikasi produk

Pelatihan pegawai agar dapat memproduksi dan melayani tamu dengan baik sesuai standar, memperbaiki *distribution channel*

Inovasi produk dan branding sebagai spesialis dalam produk minuman herbal sehingga *top of mind* pelanggan, meningkatkan kerjasama dengan pemasok, serta menjaga mutu produk

Sumber: Olahan Penulis, 2023

E. Spesifikasi Produk

Bumi Pertiwi yang penulis rencanakan menyajikan produk minuman herbal sebagai produk unggulan dan makanan. Minuman herbal di kafe ini divariasikan dengan produk yang minimum gula seperti susu, kopi, teh, *sparkling water*, *fresh juices*. Selain itu Kafe Herbal Bumi Pertiwi juga menyediakan produk siap seduh dengan kemasan *pouch*.

TABEL 1. 3

ASPEK PRODUK

No	Macam	Item
1	Produk Siap	Herbal Latte Mix
2	Seduh	Herbal Infusion Blend
3	Food	Spring Roll
4		Smashed Baby Potato
5		Classic Tuna Melt
6		Grilled Chicken Salad
7		Banana Foster
8	Bev	Herbal Golden Spice Latte
9		Herbal Turmeric Sunshine
10		Ginger Lime Refresher
11		Cinnamon Chai Fizz
12		Herbal Spiced Citrus Cooler

Sumber: Olahan Penulis, 2023

F. Jenis/Badan Usaha

Badan usaha adalah suatu organisasi yang merupakan kombinasi dan koordinasi dari berbagai sumber daya untuk tujuan memproduksi atau menghasilkan barang-barang atau jasa untuk dijual. (Salvatore, 2005)

Berdasarkan Undang – Undang Dasar 1945 Pasal 33 menyebutkan akan pembagian bentuk badan usaha. Badan usaha yang dikenal di Indonesia ada tiga, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Koperasi dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS).

BUMS ini dapat berupa perusahaan perseorangan kecil seperti UMKM dan badan usaha perseorangan. Beberapa jenis BUMS nasional yakni Firma, Perseroan Terbatas (PT), dan CV atau persekutuan komanditer.

Penulis merencanakan Bumi Pertiwi merupakan usaha Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan.

UMKM ini diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Berdasarkan “ Pasal 1 dari Undang-Undang tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

Badan usaha yang cocok dengan Usaha Kafe Herbal “Bumi Pertiwi” adalah Commanditaire Vennootschap (CV). Struktur ini memiliki beberapa keuntungan. Badan usaha CV memungkinkan pengusaha untuk mendapatkan modal tambahan dari investor tanpa harus berbagi kepemilikan,

memungkinkan pembagian tanggung jawab yang efektif, dan pembagian laba ditentukan sesuai kesepakatan dalam perjanjian.

G. Aspek Legalitas

Legalitas usaha merupakan suatu keabsahan yang ada berupa dokumen sebagai jati diri sebuah perusahaan yang dapat diterima masyarakat. Menurut Kitab Undang Undang Hukum Pidana (KUHP) makna asas legalitas ini seperti disebutkan dalam Pasal 1 Ayat (1) KUHP yang pada intinya “suatu perbuatan tidak dapat dinilai pidana kecuali telah diatur oleh kekuatan perundang-undangan yang telah ada”, atau sesuai dengan adagium yang berbunyi non obligat lex nisi promulgate atau yang mempunyai arti suatu hukum tidak mengikat kecuali telah diberlakukan.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat nomor: 10 Tahun 2010 tentang Pemberdayaan dan Pengembangan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

CV diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Dalam CV terdapat dua jenis mitra yaitu komanditer dan komplementer. Komanditer merupakan mitra pasif yang bertindak sebagai investor dengan menyediakan modal. Komanditer tidak terlibat dalam pengelolaan usaha sehari-hari dan tanggung jawab mereka terbatas pada jumlah

modal yang mereka setor ke dalam CV. Sedangkan komplementer merupakan mitra aktif yang bertanggung jawab atas manajemen dan operasional sehari-hari dari kafe. Komplementer biasanya terlibat dalam pengambilan keputusan, pengelolaan keuangan, pengaturan menu, dan kegiatan usaha lainnya. Mereka juga bertanggung jawab secara penuh atas hutang dan kewajiban CV.

Berikut ini data dan dokumen yang perlu disiapkan untuk mendaftarkan usaha sehingga perusahaan dapat berbadan hukum.

1. Nama CV
2. Tempat serta kedudukan CV
3. Nama Pengurus CV
4. Akta Pendirian CV

Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) pasal 16-35.

- Copy atau scan e-KTP, KK, dan NPWP sekutu aktif dan pasif
- Copy surat kontrak/sewa kantor atau bukti kepemilikan tempat usaha
- Surat keterangan domisili dari pengelola gedung/ruko
- Copy PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) dan bukti bayar PBB tahun tempat usaha
- Foto kantor tampak dalam dan luar
- Nama mitra komanditer dan komplementer
- Menetapkan kas CV

5. Pengurusan domisili
6. Membuat NPWP
7. Pengurusan izin usaha

Selain pengurusan badan usaha terdapat pula beberapa dokumen legalitas yang harus dipenuhi untuk perencanaan dan menjaga kelancaran usaha.

1. Merek Dagang

Pengurusan merek dagang merupakan hal penting untuk melindungi identitas merek dan hak kekayaan intelektual usaha. Dengan adanya merek dagang dapat membangun citra dan membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan melindungi merek dagang, pengusaha dapat mencegah pihak lain menggunakan merek yang serupa atau merugikan reputasi.

2. Pengurusan TDUP

Dokumen tanda daftar usaha perdagangan (TDUP) merupakan bukti resmi bahwa usaha telah diakui oleh pemerintah dan otoritas berwenang.

3. Sertifikasi Halal MUI

Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang pengusaha tawarkan.

4. Sertifikasi Laik Higiene Sanitasi

Sertifikasi ini berfungsi untuk menjaga standar kebersihan dan sanitasi terhadap pelayanan yang ditawarkan ke konsumen.

5. Pengurusan BPOM

BPOM mengeluarkan sertifikasi kepada perusahaan yang telah registrasi mengenai keamanan dan layak konsumsi sebuah produk.

6. Pengurusan HO

Pengurusan HO atau surat izin dari gangguan merupakan pernyataan resmi untuk beroperasi dan memastikan bahwa usaha dapat beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku di wilayah tersebut.