

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Industri makanan telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan signifikan, dengan bukti yang jelas terlihat melalui peningkatan jumlah restoran yang beragam di seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

Perkembangan industri di Indonesia, khususnya di sector bisnis kuliner, merupakan fenomena yang sangat menarik untuk di kaji. Dalam dunia bisnis kuliner, setiap pengusaha dituntut untuk dapat bersaing dan bertahan melawan pesaing. Tujuan utama kegiatan usaha ini adalah untuk memperoleh keuntungan maksimal guna menjaga kelangsungan perusahaan di tengah persaingan yang ketat.

Keragaman kuliner Indonesia tentunya dipengaruhi aspek budaya dan sejarahnya. Indonesia merupakan negara kepulauan yang beragam kebudayaannya karena letaknya yang strategis dan menjadi jalur perdagangan antar bangsa seperti Cina, Eropa, Arab dan seputaran Asia Tenggara. Perpaduan budaya Indonesia yang telah dipengaruhi adat istiadat lain nampak dalam hal budaya makan, jenis masakan dan peralatan makan yang digunakan.

Kuliner lokal yang khas berasal dari bermacam-macam daerah di Indonesia sebagai warisan budaya masyarakat yang turun-temurun yang tetap dijaga kelestariannya baik dalam hal resep makanan maupun proses pengolahan dan penyajiannya.

Seiring dengan perubahan dan perkembangan jaman, beberapa tahun belakangan ini restoran *Chinese* di Indonesia semakin berkembang dan terus berinovasi dalam memenuhi selera konsumen. Lebih dari itu bahkan usaha restoran tidak hanya menjual makanan tetapi konsep pelayanannya semakin meluas dengan konsep dimana suasana dan lingkungan menjadi faktor penentu.

Banyak pengusaha yang memulai berbagai jenis restoran, termasuk restoran dengan tema *Chinese* di BSD, Tangerang cenderung mengadopsi tema modern dalam desain dan konsep restorannya. Salah satu contohnya adalah Restoran *Chinese* dimana pengaruh interior desain corak warna dan perpaduan antara keseimbangan budaya dinasti dengan gaya modern ala budaya Tionghoa dapat lebih terasa. Kota Tangerang Selatan terkenal sebagai kota modern dengan beragam destinasi kuliner yang terletak di Kawasan BSD. Hal ini menunjukkan bahwa kota ini menawarkan peluang investasi yang menjanjikan bagi para investor, serta berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Tangerang Selatan dan wilayah Banten secara keseluruhan.

Di samping terdapat potensi wisata kuliner yang melimpah di kawasan BSD - Serpong, Kota Tangerang Selatan juga menawarkan keindahan wisata alam seperti Situ Gintung di Ciputat, Situ Pamulang, Kandang Jurang di Jurang Mangu, Taman Kota di Serpong, serta berbagai taman air dan lainnya. Sebagai kota yang berbatasan langsung dengan wilayah Jakarta Selatan, Tangerang Selatan juga memberikan akses

mudah ke berbagai tempat wisata yang ada di Jakarta. Hal ini berdampak pada tingkat kunjungan masyarakat yang melewati Kota Tangerang Selatan untuk berwisata, menciptakan keramaian di kota tersebut.

Wisata kuliner melibatkan keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat di mana makanan diproduksi, festival makanan, restoran, atau lokasi lainnya dengan tujuan menikmati berbagai hidangan.

Selain itu, terdapat juga interpretasi lain mengenai wisata kuliner, yang mencakup segala hal yang berhubungan dengan makanan sebagai fokus dan medium, tujuan dan sarana untuk melakukan perjalanan, serta berbagai kegiatan dalam konteks wisata, seperti mencicipi hidangan di restoran-restoran etnik, menghadiri festival makanan dan mencoba makanan khas saat melakukan perjalanan.

Kota Tangerang memiliki potensi wisata kuliner yang signifikan, terbukti dengan keberagaman penyedia kuliner yang menawarkan hidangan khas kota Tangerang. Pemerintah Kota Tangerang juga berperan aktif dalam mendukung pengembangan wisata kuliner di kota ini. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah dengan mengembangkan beberapa kawasan wisata kuliner, seperti Wisata Kuliner Pasar Lama dan Kuliner Laksa Kota Tangerang. Di samping itu, banyak pula penyedia kuliner yang memiliki nilai sejarah dan telah eksis sejak lama. Penyedia kuliner ini mewakili identitas Kota Tangerang dan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok.

1. Makanan

2. Minuman dan hidangan penutup

3. Produksi pangan olahan

Kota Tangerang Selatan juga mempunyai peraturan UMKM nya sendiri, UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang merupakan model dalam kegiatan perdagangan, UMKM ini biasa dilakukan oleh kebanyakan individu atau perorangan dengan badan usaha yang lingkupnya lebih kecil, beberapa pengertian UMKM dari para ahli:

- Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.
- Menurut Ina Primiana, pengertian UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu: industri manufaktur, agribisnis, bisnis kelautan, dan sumber daya manusia
- Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp.200.000.000,- dimana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

UMKM di Kota Tangerang Selatan berperan penting sebagai sarana untuk meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi dan pelaku usaha mikro. Mereka memiliki posisi dan potensi strategis dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, pengurangan tingkat

kemiskinan, serta memajukan pembangunan di Kota Tangerang Selatan. Dasar hukum peraturan daerah ini adalah: Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 18 Ayat (6); UU No. 25 Tahun 1992; UU No.20 Tahun 2008; UU No.51 Tahun 2008; UU No. 23 Tahun 2014 sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan UU No. 11 Tahun 2020; PP No. 7 Tahun 2021; PERMENKOPUKM No. 9 Tahun 2018; PERMENKOPUKM No. 9 Tahun 2020.

Dalam Perencanaan bisnis ini, penulis memilih untuk menggunakan metode *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. Dalam konsep ini perusahaan dapat mendeskripsikan dan menggambarkan model dari bisnis yang dijalankan secara sederhana untuk kemudian memanipulasinya sesuai dengan kondisi perusahaan dan menghasilkan strategi baru.

Penulis juga membuat kuisisioner menggunakan *google form* untuk mengetahui ketertarikan masyarakat terhadap *chinese food*. Kuisisioner ini di lakukan pada tanggal 2 Mei – 3 Mei 2023 sementara ini mendapatkan 30 responden. Berikut hasil dari kuisisioner yang penulis lakukan:

Tabel 1
SURVEY KETERTARIKAN *CHINESE FOOD* DI KOTA
TANGERANG SELATAN
n=30
HASIL KUISIONER

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda tertarik dengan masakan <i>chinese</i>	96,7% (29 orang)	3,3% (1 orang)

Usia	< 20 tahun	21-25 Tahun	25-30 Tahun	> 30 Tahun
Presentase	36,6% (10orang)	53,4% (17 orang)	6,7% (2 orang)	3,3% (1 orang)

Harga	Presentase
Rp. 10.000 – 30.000	53,4% (17 orang)
Rp. 31.000 – 60.000	36,7% (10 orang)
> Rp. 61.000	10%(3 orang)

Sumber: Hasil Survey (*Google Form*)

Dari hasil survey ketertarikan *Chinese food* di Kota Tangerang Selatan penulis mendapatkan beberapa data mengenai ketertarikan terhadap *Chinese food*, harga, dan juga usia. Bisa kita lihat dari tabel presentase tersebut, bahwa ketertarikan terhadap *Chinese food* sangat tinggi yaitu 96%. Untuk usia sendiri presentase terbesar adalah usia sekitar 20 – 25 tahun yang mengisi kuisisioner ini. Mengenai soal harga

presentase terbesar adalah kisaran Rp.10.000 – Rp 30.000.

Melalui Tugas akhir ini, dan berdasarkan data dan peluang yang telah penulis paparkan dan temukan di atas, penulis berencana membuat perencanaan bisnis specialiti restoran yang bertemakan restoran chinese, yang berlokasi di Ruko Alicante Blok A Jl. Jend Gatot Subroto, Kota Tangerang Selatan. Usaha tersebut akan dipresentasikan secara lebih menarik, dengan harapan agar masakan Restoran Mamih lebih dikenal tidak hanya di kalangan masyarakat Kota Tangerang Selatan saja, tetapi juga di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan, maka penulis akan menuangkannya dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul PERENCANAAN BISNIS RESTORAN MAMIH DI KOTA TANGERANG SELATAN.

B. Gambaran Umum Bisnis

Dalam konteks pembicaraan umum, bisnis tidak terlepas dari aktifitas seperti penjualan, pembelian, aktifitas produksi, pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang ataupun perusahaan. Menurut Allan Afuah (2004 : 4) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dana menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri.

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang teroganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan dari masyarakat. Sugiyono (2003. P20)

Bisnis *Restoran* Mamih direncanakan akan dioperasikan dengan konsep a la carte dengan karakteristik Budaya Cina dengan memaksimalkan fungsi masing-masing ruang dalam restoran dengan suasana chinese modern yang menarik, nyaman, dan elegant. Dalam hal ini penulis akan membuat restoran *Chinese* dengan menu halal. Sekarang ini bisnis restoran bukan lagi sekedar bisnis yang menjual makanan dan minuman saja tetapi sudah sampai pada tahap dimana suasana, lingkungan dan perpaduan Budaya Tiongkok modern sebagai identitas kelengkapan. Restoran ini dirancang sedemikian rupa agar pembentukan nuansa bukan hanya terdapat dalam makanan saja namun sangat berpengaruh dalam interior desain. Restoran ini menggunakan kombinasi pencahayaan alami dan buatan seperti *downlight*, *chandelier*, dan lampu dinding sebagai system pencahayaannya. Sementara itu, sistem akustiknya mengandalkan penggunaan speaker untuk memainkan musik dan pengumuman. Restoran ini juga memiliki area toko souvenir yang menawarkan berbagai macam barang yang mencerminkan budaya China. Barang-barang ini dapat dibeli sebagai oleh-oleh atau sebagai kenang-kenangan, hadiah, dan lain sebagainya. Sajian menu yang ditawarkan

tentunya dari berbagai hidangan tradisional Tiongkok, termasuk sup mie daging sapi, dan kacang Hijau Pedas, kerang kukus, pangsit udang, sup merah dan lain lain. Para pelanggan yang datang akan disambut dengan ramah dengan salam dalam Bahasa Mandarin oleh pramusaji dan langsung diarahkan ketempat duduk yang dituju.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Budaya China sangat kaya dengan sejarah panjang dan berbagai tradisi. Hal ini juga menjadi dasar dalam menentukan logo restoran yang juga menjadi identitas dari bisnis tersebut serta memiliki nilai filosofis. Nuansa pada Restaurant Mamih selalu bercorak warna merah. Warna merah dalam Bahasa Mandarin dikenal sebagai “*Hong*” dan merupakan warna utama yang sangat penting dalam kebudayaan China. Tidak ada alternatif warna lain yang setara dengan warna merah. Dalam budaya China, warna merah memiliki makna keteguhan, keberanian, kegembiraan, dan kecerahan. Warna ini dapat dipercaya memberikan dampak positif yang lebih kuat dalam kehidupan masyarakat China, memberikan semangat dan keberuntungan.

Selain warna merah juga terdapat gambar sumpit yang menjadi ciri khas budaya Tionghoa. Sumpit dipercaya menjadi peninggalan sejarah dari Dinasti Xia dinasti besar pertama di Tiongkok yang memerintah Tiongkok dari sekitar 2100 hingga 1700 SM. Catatan tertua dari dinasti ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan sumpit untuk makan, tetapi asal usul praktik ini masih tidak diketahui.

Berdasarkan teori diatas, penulis membuat logo seperti berikut

Gambar 1
LOGO USAHA

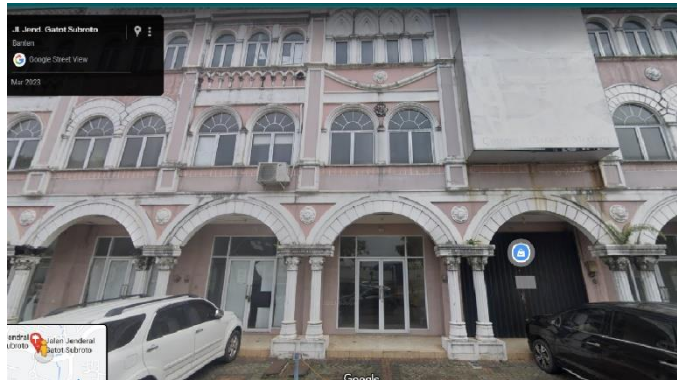


Sumber: Olahan Penulis (2023)

Berdasarkan gambar 1 Logo penulis menunjukkan kepada pelanggan menjadi daya tarik visual atas produk menu yang ditawarkan. Penulis memilih phrasa kalimat Restoran Mamih dengan latar yang berwarna merah dan sumpit sebagai representasi dari Budaya Tionghoa. Dilihat dari perspektif psikologis, warna merah diketahui memiliki daya tarik yang kuat bagi mata manusia. Dalam terapi warna, merah sering digunakan untuk merangsang nafsu makan seseorang. Penggunaan warna merah dalam restoran *Chinese*, selain dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, juga dapat dikaitkan dengan pertimbangan psikologis. Dengan alat makan sumpit yang terbuat dari

Gambar 3

BANGUNAN USAHA



BANGUNAN USAHA 1

Sumber: Laman Google (2023)

a) Data Perusahaan:

1. Nama Perusahaan : Restoran Mamih
2. Bidang Usaha : Kuliner
3. Jenis Produk : Chinese Cuisine (Hidangan Tionghoa)
4. Alamat Perusahaan : Ruko Alicante Blok A, Jl Jend Gatot Subroto, Tangerang Selatan, Banten.
5. Bentuk Badan Hukum : Perseorangan

b) Data Pendiri Perusahaan

1. Nama : Terance Benedict
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Agustus 2002
3. Alamat Rumah : Jl. Madukara, RT 06/02 No. 8 Kampung Makasar, Kramat Jati, Jakarta Timur.
4. Telepon : +62 811-9491-101
5. E-mail : terrancebenedictt@gmail.com

Restoran Mamih adalah termasuk dalam salah bentuk usaha Skala Menengah yang menyajikan hidangan menu Chinese dengan harga terjangkau. Tujuan dirintisnya usaha adalah dengan melihat pangsa pasar yang cukup tinggi. Tangerang merupakan kota yang berfungsi sebagai daerah penyangga dengan tingkat mobilitas yang sangat tinggi. Tidak hanya terjadi pertumbuhan pesat dalam hal tempat usaha, perkantoran, dan pendidikan, tetapi juga semakin banyak bermunculan tempat makan dan tempat nongkrong yang menawarkan beragam jenis makanan. Akibatnya, kebutuhan akan tempat makan semakin meningkat dan memberikan peluang bagi para pengusaha untuk mengembangkan ide bisnis baru, terutama di sector kuliner.

C. VISI DAN MISI

Visi dan Misi merupakan kata-kata yang sudah sering kita dengan yang biasanya terdapat didalam beberapa organisasi maupun di dalam perusahaan. Menurut KBBI (2020) ada beberapa pengertian dari kata visi, yaitu kemampuan untuk melihat inti persoalan, pandangan, atau wawasan kedepan dan kemampuan untuk merasakan sesuatu yang tidak tampak. Dalam pengertian ini bisa diartikan bahwa visi merupakan sebuah cita-cita yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Berbeda dengan misi, menurut KBBI (2020). sendiri misi memiliki artian sebagai peruntusan, tugas, atau kegiatan. Dari pengertian diatas, maka penulis memiliki visi dan misi sebagai salah satu langkah dalam perencanaan bisnis atau usaha restoran ini.

Visi:

Menyajikan produk kuliner yang berkualitas dan mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.

Misi:

- Menyajikan masakan dengan cita rasa dan presentasi yang unik dan berbeda dari umumnya.
- Membangun tempat makan yang nyaman dan memberikan kesan bagi para konsumen.
- Memanjakan para pecinta Chinese food.

D. ANALISIS SWOT

Analisi SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), *Threats* (ancaman). Ini adalah metode analisis pasar yang efektif. Biasanya, analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kinerja organisasi di pasar dan membantu dalam pengembangan strategi bisnis yang efektif. Kerangka analisis ini telah menjadi sumber penilaian yang dapat dipercaya bagi organisasi untuk memahami lingkup peluang dan ancaman dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan. Analisis SWOT menurut Sondang P. Siagian (*Managemen Strategik*, PT Bum Aksara, 2000, hal 172) merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat telah diketahui pula secara luas bahwa "SWOT" merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang

berhasil. Definisi dari faktor-faktor penilaian tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Strenght*

Kekuatan Masakan Chinese ini pada restoran mamih, diantaranya:

- Menawarkan menu yang lebih bervariasi dan halal.
- Memberikan pelayanan yang mementingkan kepuasan tamu.

2. *Weakness*

Weakness atau kelemahan. Untuk usaha ini terdapat beberapa kelemahan yang sudah di analisa dan di temukan oleh penulis, yaitu:

- Modal pribadi yang terbatas.
- Brand yang masih baru sehingga masih banyak orang belum tahu.

3. *Opportunity*

Terdapat beberapa peluang yang penulis temukan seperti:

- Jauh dari kompetitor dengan usaha yang serupa.
- Lokasi yang dekat dengan apartment, hotel, dan tempat hiburan.

4. *Threat*

Threat atau ancaman yang sudah di analisa oleh penulis, sebagai berikut:

- Persaingan harga yang ketat dengan usaha yang sejenis.
- Harga bahan baku yang fluktuatif.

Tabel 2

SWOT MATRIKS RESTORAN MAMIH

<p style="text-align: center;">Faktor eksternal</p> <p>Faktor internal</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menawarkan menu yang lebih bervariasi dan halal. - Restaurant dengan pelayanan yang mementingkan kepuasan tamu. 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modal pribadi yang terbatas. - Brand yang masih baru sehingga tidak banyak orang yang tahu.
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jauh dari kompetitor dengan usaha yang serupa. - Lokasi yang dekat dengan apartment, hotel, dan tempat hiburan. 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menambah variasi menu secara berkala. - Menawarkan menu dengan harga yang lebih terjangkau dari kompetitor. 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan penyebaran flyers di tempat strategis. - Meningkatkan dalam segi pelayanan sehingga tamu merasa puas. - Membuat iklan di Media Sosial. - Membuat diskon kebijakan.
<p style="text-align: center;">THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persaingan harga yang ketat. - Harga bahan baku yang fluktuatif. 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memasarkan menu special pada setiap bulannya. - Menawarkan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang maksimal. 	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat survey kepuasan pelanggan untuk mendapatkan umpan balik. - Memperbaiki kualitas menu dengan cita rasa yang lebih bervariasi.

Sumber: Olahan Penulis, 2023

E. SPESIFIKASI PRODUK

Produk menurut salah satu ahli, yaitu Kotler dan Armstrong (2017:244) menyatakan bahwa produk sebagai segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, ataupun di konsumsi untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Restoran Mamih adalah usaha restoran yang menjual makanan dan minuman serta pelayanan untuk memuaskan tamu. Di jalankan sebagai pelengkap menu makan siang ataupun makan malam dengan aneka menu yang ditawarkan. Bahan dasar yang digunakan adalah daging ayam, sapi, sayur sayuran, telur namun bumbu yang di beri akan berbeda pada setiap menunya menjadikan rasa yang di dapatkan bervariasi.

Untuk delivery order menggunakan kemasan plastik tahan panas mulai dari bentuk *lunch box*, *bowl*, dan *clamshell* dengan aneka bentuk dan ukuran yang sehingga makanan aman terjaga dan mudah di bawa.

F. JENIS / BIDANG USAHA

Kepemilikan dari Jenis usaha yang akan dikelola dari bisnis Restoran Mamih adalah bersifat pribadi yang tentunya merupakan Perusahaan Perorangan. Perusahaan perorangan adalah bentuk perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin secara penuh oleh satu individu yang bertanggung jawab atas semua risiko dan kegiatan perusahaan tersebut.

Perusahaan perorangan adalah pilihan umum di Indonesia. Bentuk perusahaan ini sering digunakan untuk usaha skala kecil atau pada tahap awal pendirian usaha seperti toko, restoran, bengkel, dan sejenisnya.

Restoran Mamih akan dibentuk dengan Konsep Pendirian Badan Hukum Perseroan Terbatas yang kemudian mengalami perkembangan sejalan dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja (untuk selanjutnya disebut UU Cipta Kerja), yang salah satu klusternya mengubah dan menambahkan ketentuan dalam UU PT. Yang selanjutnya berdasarkan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Hukum Dan HAM Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Syarat dan Tata Cara Pendaftaran Pendirian, Perubahan dan Pembubaran Badan Hukum Perseroan Terbatas (Permenkumham 21/ 2021) saat ini jenis PT terdiri dari PT Persekutuan Modal dan PT Perorangan.

Restoran Mamih merupakan badan usaha PT Perorangan dimana status pemilik usaha yang terdiri dari 1 orang juga bertindak sebagai sebagai saham yang telah memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil. Alasan dasar memilih Perseroan Terbatas adalah dikarenakan pembuatan PT adalah lebih mudah dan cepat, hanya dibutuhkan 1 orang saja untuk mendirikan PT Perorangan dan biaya pendirian lebih murah karena tanpa Akta Notaris.

G. ASPEK LEGALITAS

Pendirian Perseroan Terbatas perlu kukuhkan dengan ketentuan hukum yang berlaku yang berdasarkan kepada Pancasila dan UUD Tahun 1945 dengan tujuan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Proses perwujudan pembangunan nasional dimana perusahaan turut serta dalam pengembangan ekonomi yang demokratis guna menumbuhkan dan mengembangkan usaha bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Sesuai dengan ketentuan UU No 11 tahun 2021 tentang Cipta Kerja, PT Perorangan adalah badan hukum baru yang berupa badan hukum perseroan terbatas dengan kriteria didirikan oleh 1 (satu) orang dan memenuhi persyaratan usaha Mikro dan Kecil dengan modal usaha sebesar dibawah 5 miliar Rupiah.

Salah satu kriteria dari pemilik perusahaan adalah bentuk perusahaan perseorangan yang tentu sebagai negara hukum pendiriannya harus memenuhi ketentuan asas hukum yang berlaku.

Secara terminologi Perseroan Terbatas adalah gabungan dua kata Perseroan dan Terbatas mempunyai makna masing-masing. Perseroan menunjuk kepada modal yang meliputi sero ataua saham , sedangkan Terbatas merujuk kepada tanggung jawab pemegang saham yang sebatas nilai nominal saham yang dimilikinya. (Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja, 2006 : 1)

Konsep Pendirian Badan Hukum Perseroan Terbatas mengalami perkembangan sejalan dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja (untuk selanjutnya disebut UU Cipta Kerja), yang salah satu klusternya mengubah dan menambahkan ketentuan dalam UU PT. Adapun dasar hukum pendirian PT Perorangan antara lain.

- a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.
- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Modal Dasar Perseroan serta pendaftaran

pendirian, perubahan, dan pembubaran perseroan yang memenuhi kriteria untuk usaha Mikro dan Kecil.

- c. Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Tentang kemudahan, Perlindungan dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
- d. Peraturan Menteri Hukum Dan HAM No. 21 Tahun 2021 Tentang syarat dan Tata cara pendaftaran, pendirian perubahan dan pembubaran Badan Hukum Perseroan Terbatas.

Status PT Perorangan telah tertuang dalam pasal 1 PP No.8 tahun 2021 yang mengenai perseroan terbatas. Perseroan yang merupakan persekutuan modal yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau badan hukum perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil. Adapun pendirian PT Perorangan memiliki syarat syarat antara lain :

- a. KTP pendiri PT Perorangan
- b. NPQP pendiri PT Perorangan
- c. Kop surat & stempel
- d. Mengisi formular PT Perorangan

Beberapa hal yang esensial dalam mendirikan PT Perorangan antara lain;

- a. Nama Perusahaan
- b. Tempat kedudukan

- c. Bidang usaha
- d. Modal
- e. Pemegang saham
- f. Pengurus

Walaupun pendiri perusahaan hanya didirikan oleh 1 orang saja namun statusnya tetap berada dalam naungan badan hukum yang sama dengan PT biasa.