

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki latar belakang kuliner yang banyak, unik serta beragam, dari banyak kuliner yang menarik Indonesia mempunyai sajian kuliner mie. Kejayaan atau trend mie di Indonesia tidak pernah hilang oleh waktu. Trend ini membuat acuan untuk menghasilkan peluang bisnis acuan mode baru di sektor wisata kuliner. Sajian masakan tentang mie sudah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia dari berupa sajian tradisional hingga sampai sajian gastronomi. Tetapi akan banyaknya pilihan dimasyarakat membuat masyarakat bingung akan sajian mana yang akan mereka pilih sebagai santapan umum yang bisa di makan kapan saja. Industri kuliner mie di Indonesia sendiri masih terus berkembang pesat di masyarakat perkembangan ini bisa dilihat dengan tanda pertumbuhan data tentang jumlah tempat usaha yang berada di atas rata-rata dalam pertumbuhan pada industri kreatif serta kuliner. Perkembangan pesat akan maraknya kuliner mie terasa pesat seperti contoh perusahaan Mie Gacoan salah satu sajian Mie Ayam yang memiliki rasa pedas serta menjadi usaha yang bergerak dibidang makanan dengan produknya berupa mie yang sangat digermari masyarakat terutama kalangan muda.

Antusiasme masyarakat terhadap dunia kuliner mie sangatlah tinggi, dikarenakan mie sendiri sudah menjadi makanan yang sangat difavoritkan semenjak usia dini. Hal ini didukung oleh tingkat kepuasan masyarakat atas rasa serta harga yang sangat cocok bagi masyarakat Indonesia. Kepuasan pelanggan dapat diartikan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan lalu dibandingkan dengan harapannya menurut Tjiptono, (2004:350). Ini membuka peluang yang sangat besar dalam rangka pengembangan sektor wilayah sajian kuliner Indonesia. Dengan semakin dikenalnya beberapa kuliner mie yang digemari dan harganya murah di masyarakat Indonesia serta banyaknya ragam kuliner mie dengan cita rasa Indonesia seperti mie ayam, mie yamin serta mie aceh, yang sangat dicintai masyarakat Indonesia. Adapun kuliner mie cita rasa luar seperti chicken noodle soup dan ramen yang sangat masyarakat gemari terutama kalangan muda. Dengan hal seperti ini itulah potensi wisata kuliner mie yang dapat membantu peluang bisnis kreatif industri.

Menurut KEMENPAR (2018:1) jumlah orang yang berpariwisata di Indonesia untuk menikmati sajian kuliner memiliki data terhitung banyak dan menjadi suatu alasan untuk mengunjungi Indonesia. Hal ini dapat kita manfaatkan sebagai pelaku usaha bisnis untuk membuka dan mengembangkan industri kuliner terutama sajian mie di Indonesia. Terlihat semakin berkembangnya beberapa perusahaan yang perusahaan FnB yang berfokus kepada bahan mie seperti Mie gacoan, Warunk upnormal, Bakmie tjokin yang berkembang pesat selama 1 tahun terakhir. Dengan

hal ini potensi wisata kuliner mie dapat berkembang pesat di Indonesia. dikutip dari KEMENPAR (2018:4)

Sajian kuliner Indonesia merupakan alasan ketiga teratas dalam menentukan seseorang individu berkenan untuk pergi ke suatu daerah yang dikunjungi. Dana pengeluaran wisatawan untuk mencoba sajian kuliner berada pada angka 30%-40% dari total data pengeluaran wisata secara keseluruhan. Hal ini mendukung untuk pelaku wirausaha membuka kedai mie dikarenakan pasar di Indonesia sendiri menjadi favorit akan kuliner mie yang digemari oleh masyarakat.

Indonesia merupakan negara yang memiliki kuliner berbahan dasar mie khas karena banyaknya perkawinan budaya dengan masyarakat tionghoa yang berpindah ke Indonesia. Oleh sebab itu negara Indonesia mempunyai banyak keunikan serta cita rasa yang beda ketika menyantap sajian mie dari berbagai daerah. Mencoba dan mencicipi sajian mie adalah hal sangat menarik bagi parawisatawan domestic ataupun mancanegara terlebih untuk masyarakat Indonesia yang sudah menggemari sejak usia dini.

Berwisata kuliner mie dengan menjajahi tempat di restoran mewah hingga kuliner Street Food atau biasa disebut kuliner pinggir jalan semua dijajahi dan diminati para pecinta kuliner. Tetapi kuliner yang dijual di pinggir jalan justru cenderung lebih terlihat sedap serta menarik perhatian. Selain karena harganya yang lebih murah, di beberapa daerah di Indonesia, kuliner pinggir jalan atau street food selalu mudah untuk ditemukan serta memiliki cita rasa khas dari setiap daerah yang berbeda.

Salah satu sajian Indonesia yang sudah banyak diketahui masyarakat adalah sajian mie. Sajian mie yang sudah menjadi favorit dikalangan masyarakat Indonesia adalah sajian mie ayam. Menu sajian mie ayam seringkali menjadi menu favorit bagi banyak orang karena karakteristik mie ayam yang membekas dan cocok bagi lidah masyarakat luas dan ingine merasakan sajian yg berbumbu. Rasa mie ayam yang kaya akan bumbu dan rempah serta harga yang murah menjadi daya tarik sendiri untuk masyarakat menyantap kuliner ini. Mie ayam sudah bisa kita temukan diberbagai restoran kalangan atas hingga gerobak pinggir jalan pun mie ayam mudah ditemukan dan menjadi sesuatu sajian umum bagi masyarakat indonesia. Menurut Alfian (2019), mie ayam merupakan sajian perkawinan antara tionghoa dengan Indonesia yang sangat terkenal. Hidangan ini merupakan perkawinan dari kedua budaya serta menyatukan cita rasa yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia.

Melansir dari *nibble* menurut asalnya sajian mie ayam berawal dari sajian bakmi, hidangan mie asal Tiongkok Selatan tersebut, khususnya dari daerah Fujian dan Guandong. Hidangan ini mulai lahir dan berkembang ke Indonesia karena masyarakat Tionghoa yang merantau baik itu untuk berjualan atau untukberlayar lalu menetap di Indonesia. Di negara Thionghoa sendiri asalnya sajian bakmi berisi daging yang babi sebagai pelengkap sajian tersebut. Sajian bakmi memiliki arti “mie dengan babi” jika diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Tetapi saat masyarakat tionghoa mempekenalkan sajian bakmie tersebut di Indonesia sajian tersebut kurang digemari dikarenakan mengandung unsur babi. Pada awal

masuknya bakmi di Indonesia, masyarakat Indonesia mayoritas memegang agama islam yang terpengaruh oleh kerajaan islam di nusantara yang berdiri. Sajian bakmie tersebut di ubah yang pada awalnya ialah babi sebagai topping nya lalu diganti menjadi semur ayam. Cita rasa bakmi tersebut mulai berubah dan banyak digermari oleh masyarakat sejak itu. Terciptanya mie ayam dikarenakan dua budaya yang disatukan serta menjadi kuliner Indonesia yang digermari masyarakat hingga manca negara.

Mie ayam sendiri merupakan sajian *comfort food* untuk setiap orang. Mie ayam sendiri bisa dinikmati disetiap waktu ataupun acara seperti pernikahan, berbuka puasa serta acara ulang tahun sekalipun. Hidangan mie ayam sendiri bisa kita temukan dengan mudah di Indonesia khususnya pulau jawa. Mie ayam saat ini sudah mulai banyak varian yang dimasyarakat seperti mie ayam wonogiri misalnya sajian mie ini dikenal akan rasa dan aromanya yang khas. Sajian kuliner mie ayam menonjolkan minyak yang dibuat dengan campuran minyak goreng, jahe, lada, ketumbar, kulit ayam serta bawang putih.

Dengan cita rasa yang kaya serta varian yang beragam yang enak membuat mie ayam disukai berbagai kalangan usia. Mie ayam dapat dikonsumsi pada saat kapanpun masyarakat mau terlebih apabila mie ayam masih hangat selain bisa menjadi pendamping untuk makan mie ayam juga dapat menghangatkan tubuh ketika dingin. Kebanyakan mie ayam menggunakan taburan ayam yang berbeda-beda sesuai daerah ataupun menambahkan varian agar terlihat menarik dimasyarakat. Mie ayam mempunyai ciri khas yang hamper sama di Indonesia yaitu

dengan disajikannya mie ayam dengan mangkuk serta alat makan seperti sumpit atau sendok dan garpu, karena varian mie ayam saat ini membuat masyarakat menggemari kuliner tersebut karena memiliki cita rasa yang kaya akan rempah dan topping ayam yang nikmat serta murah.

Saat ini sudah banyak usaha yang menjual mie ayam dengan berbagai variasi. Tentunya mie ayam sendiri sudah dikenal dan berkembang dimasyarakat Indonesia maupun luar negeri. Peluang dari sajian mie ayam dijadikan contoh yang tepat untuk peluang bisnis karena masyarakat Indonesia sangat menggemari serta sudah menjadi sajian makanan yang disantap sehari-hari oleh masyarakat. Cara menyajikan mie ayam terbilang mudah dan cepat sehingga menjadi makanan digemari masyarakat Indonesia. Karena popularitasnya mie ayam serta pasar yang sangat pasar yang luas di Indonesia membuat penulis tertantang untuk menciptakan sebuah ide dan inovasi baru dalam sajian mie ayam. Sudah diketahui bahwa di Indonesia sudah banyak jenis atau inovasi tentang ragam mie ayam akan tetapi penulis ingin memberikan cita rasa baru serta menawarkan daging ayam dibalut dengan bumbu khas Indonesia seperti rendang, Dabu-dabu manis dan kari padang serta memberikan makanan pendamping yang baru untuk hidangan mie ayam.

Melalui latar belakang tersebut penulis membuat rencana bisnis untuk bisa memperkenalkan ide kepada konsumen sebuah mie ayam dengan berbagai cita rasa khas daerah Indonesia didalamnya. Rencana pembuatan ide bisnis ini penulis tuangkan dalam tugas akhir berjudul **“Perencanaan Bisnis Mie Ayam Modern FORTUNE NOODLE 88”**. Penulis berharap dapat mewujudkan perencanaan

bisnis ini bersama dengan bertahap serta bisa mewujudkan ide penulis menjadi sebuah inovasi baru yang nyata di masyarakat.

1.2 GAMBARAN UMUM

1.2.1 DESKRIPSI BISNIS

Sesuai namanya, mie ayam hidangan khas Indonesia yang biasanya ditemui dengan ayam semur yang dipotong dadu sebagai pelengkap. Dalam pengertian hidangan mie ayam tersebut mudah diolah oleh masyarakat untuk dijual atau dikonsumsi sebagai hidangan utama untuk keluarga. Hidangan mie ayam bermula dari hidangan mie ayam yang dijual di pinggir jalan. Mie ayam ini biasanya lebih murah dan banyak dicari masyarakat dibandingkan dengan mie ayam yang dijual oleh restaurant. Oleh karena itu mie ayam yang penulis sajikan akan berupa kedai mie seperti *streetfood*. Sajian kuliner *streetfood* tergolong mudah dilakukan oleh masyarakat apalagi mahasiswa yang memulai bisnis dikarenakan kuliner *street food* tidak perlu menggunakan uang sewa serta tidak perlu untuk menata ruangan untuk pelanggan. Dengan begitu pelanggan tidak perlu cemas untuk menikmati hidangan kedai mie tanpa harus khawatir tentang biaya service yang mahal.

Menurut FAO, *streetfood* atau makanan jalanan dapat diartikan dengan makanan dan minuman yang disiapkan atau dijual oleh pedagang kaki lima yang bertempat di jalanan dan di tempat-tempat secara umum yang langsung dimakan atau dikonsumsi tanpa pelayanan yang dipersiapkan. Oleh karena itu kedai mie ayam sangat cocok untuk menjadi makanan jalanan yang sangat cocok disantap dikarenakan pengolahan yang tidak perlu membutuhkan banyak persiapan dan rasa yang enak dan mengenyangkan untuk masyarakat hingga mie ayam sendiri bisa disebut *comfort food* bagi masyarakat Indonesia.

Awalnya *streetfood* sendiri berdiri sudah berdiri dari ribuan tahun lalu. Mengutip dari Reuters, para arkeolog menemukan jejak tersebut di reruntuhan kota yang sudah lama hancur oleh bencana gunung berapi pada tahun 79 M itu. Lokasi ini dikenal sebagai thermopolium, Kedai atau *street food* ini ditemukan di situs Regio V taman arkeologi, yang hingga saat ini masih belum dibuka untuk umum, namun telah diresmikan pada tahun 2012. Masyarakat dahulu sudah mengetahui system *street food* serta sudah diterapkan sejak jaman dahulu hingga saat ini.

Di Indonesia sendiri *street food* sudah lama berjalan bahkan masyarakat di Indonesia kuliner atau sajian masakan yang legendaris berawal dari masakan pinggir jalan atau *street food* seperti Sate Maranggi Haji Yeti, kupat tahu gempol dan Nasi Campur Ibu Weti, kuliner tersebut berawal dari sajian pinggir jalan atau *streetfood* dan berkembang menjadi restaurant hari ini.

Tidak menutup kemungkinan *street food* ini membuat masyarakat Indonesia nyaman dikarenakan harganya yang murah, lezat dan mudah dicari oleh sebab itu dari semua kalangan sangat menikmati sajian pinggir jalan di setiap daerahnya.

Mie ayam modern “FORTUNE NOODLE 88” adalah gagasan usaha sajian kuliner yang menjual satu sajian yaitu mie ayam dengan berbagai tambahan olahan ayam berbumbu khas Indonesia. Mie ayam sendiri pada umumnya hanya menggunakan ayam semur berbumbu kuning serta dilengkapi pangsit sebagai pelengkap. Mie ayam modern “FORTUNE NOODLE” mengenalkan inovasi terbaru untuk mie ayam pada umumnya dengan menambahkan olahan ayam yang diberi bumbu khas Indonesia dan aneka kripik khas Indonesia. Untuk jenis mie ayam modern yang akan ditawarkan adalah mie ayam sambal matah dengan kulit ayam krispi, mie ayam dabu-dabu manis dengan tambahan kripik singkong dan mie ayam rendang dengan kerupuk merah. Dengan begitu, semua kalangan masyarakat dapat menerima sebuah pengalaman baru dari semangkuk mie ayam yang memberikan cita rasa beragam dari setiap daerah Indonesia. Masyarakat Indonesia bisa menyantap sajian mie ayam dengan merasa nikmat setiap harinya tanpa perlu mengkhawatir pilihan dari rasa Mie Ayam yang membosankan.

1.2.2 DESKRIPSI LOGO DAN NAMA

GAMBAR 1. 1 LOGO UTAMA



Sumber: Olahan Penulis, 2022

GAMBAR 1. 2 PENGGUNAAN LOGO DALAM DESAIN



Sumber: Olahan Penulis, 2022

Logo merupakan simbol penting dalam memperkalkan sebuah identitas suatu brand atau usaha yang akan dimulai atau sudah berjalan. Menurut Oscarlo

(2012) mengutip penting logo untuk membangun suatu brand atau bisnis, sudah seharusnya logo terencana matang. Fortune noodle 88 sendiri merancang logo dengan matang untuk membuat brand yang kuat serta memperkenalkan diri kepada masyarakat melalui logo membawa arti kepada masyarakat.

Mie Ayam Modern “FORTUNE NOODLE 88” memilih desain yang simple dan menarik serta font berwarna merah serta symbol naga. Simbol ng tersebut tersebut dipercaya penulis memberikan kesan memberi keberuntungan serta penuh cinta. Terdapat ug tuissaln 88 yang memberi harapan penulis agar usaha dan rezeki tidak memiliki ujung seperti angka 88 tersebut.

Menurut Naitain (2017) dalam branding atau identitas merek merupakan sebuah pemasaran dan mengenalan produk yang lebih dari sekedar logo dan nama. Ini mengarah kepada janji perusahaan kepada konsumen untuk memberikan standar terbaik mereka. Branding juga merupakan sebuah perjalanan perusahaan panjang yang tercipta berdasarkan pengamatan dan pengalaman pengujian terhadap loyalitas yang diberikan kepada konsumen dengan layanan yang terbaik.

Pada bisnis ini nama Fortune Noodle 88 diambil sebagai identitas nama brand atau usaha yang akan dijalankan. Alasan penulis memilih nama tersebut adalah nama fortune sendiri diambil dari kata bahasa inggris yang artinya keberuntungan dan 88 yang memiliki arti dari Chinese angka yang beruntung. Penulis mendapatkan ide untuk menambahkan nama serta angka tersebut dikarenakan penulis ingin masyarakat yang membeli merasa beruntung setelah menyantap hidangan semangkok mie dari kami. Walaupun tidak semua masyarakat

beruntung tapi penulis berharap setelah mereka menyantap semangkok hidangan Mie Ayam Modern masyarakat merasa beruntung.

1.2.3 IDENTITAS BISNIS (KONTAK DAN ALAMAT)

Nama Usaha : FORTUNE NOODLE 88

Jenis Usaha : Kuliner Street Food

Alamat : Jalan Gegerkalong Tengah, Bandung NO.4

Pemilik : Deki Adam

Mengutip Mardhiyah (2021) kepuasan serta kepercayaan konsumen meyebabkan setiap bisnis harus mengarahkan pada kepuasan loyalitas konsumen sebagai tugas utama, salah satu hal utaman dari komunikasi pemasaran adalah layanan pelanggan. Tujuan dari layanan pelanggan adalah untuk memastikan keluhan dari pelanggan dan untuk memelihara kontak secara batin antara perusahaan dan pelanggan.

Kesan brand yang akan penulis bangun adalah sebagai salah satu pelopor Mie Ayam Berbumbu khas daerah Indonesia pertama yang hadir untuk masyarakat, penulis ingin menganalkan cita rasa sajian Mie Ayam yang baru dibalut dengan bumbu khas Indonesia seperti bumbu ayam rendang dan dabu-dabu. Brand ini akan

berfokus kepada pelayanan yang cepat dan ramah serta memiliki harga yang murah dan rasa yang enak untuk masyarakat.

Penulis paham demi membangun suatu kedai Mie Ayam Modern ini dibutuhkan tempat yang sesuai dan strategis untuk membuka kedai Mie Ayam yang sesuai. Penulis memilih tempat yang penuh oleh kalangan mahasiswa dan padat penduduk. Penulis memilih wilayah Gegerkalong Bandung. Alasan penulis memilih wilayah ini selain ramai penduduk serta ramai di kunjungi oleh santri yang berada di wilayah Gegerkalong. Selain itu wilayah ini di huni oleh mahasiswa. Lokasi ini dikatakan sesuai karena berada dititik wilayah padat penduduk serta wilayah Kampus dan pusat ramai pengunjung.

GAMBAR 1. 3 PETA LOKASI



Sumber: Olahan Penulis, 2023

1.3 VISI DAN MISI

Suatu brand atau perusahaan harus memiliki visi dan misi untuk mencapai tujuan membuat kemajuan. Visi perusahaan adalah suatu tujuan jangka panjang untuk sukses visi juga meliputi tujuan dan ide perusahaan tetapi biasanya diringkas menjadi lebih singkat dan jelas Menurut Muslin (2017). Dikutip dari KBBI misi adalah tugas seseorang yang menjadi kewajiban untuk melakukan demi agama, tujuan serta ideologi.

FORTUNE NOODLE 88 sendiri memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk mencapai target utama serta mempertahankan brand yang sudah dibangun serta untuk menjadi pacuan terhadap pelayan kepada masyarakat.

a. VISI

- Mengenalkan inovasi baru kepada sajian Mie Ayam untuk masyarakat.
- Menjadi pelopor utama Mie Ayam Modern berbumbu khas indonesia.
- Meraih keuntungan sebanyak-banyaknya.

b. MISI

- Memberikan kualitas pelayanan dan produk yang memuaskan pelanggan dengan harga terjangkau.
- Membuat dan melakukan system marketing yang efisien dan efektif serta tepat sasaran.

- menerima serta memperbaiki setiap kritik dan saran dari pelanggan
- menjaga keberishan tempat serta produk.

1.4 TOWS ANALYSIS

Menurut liani (2019) metode TOWS digunakan perusahaan untuk mengetahui apa fak external yang berkembang dimasyarakat yang akan menjadi kesempatan bagi perusahaan untuk mencari solusi yang akan menjadi nilai jual perusahaan tersebut serta perusahaan membuat strategi yang bisa tepat dikemudian hari.

Berikut adalah analisis TOWS terhadap bisnis Mie Ayam Modern “FORTUNE NOODLE 88”:

A. *Threats*

- Membangun pesaing baru dengan menu yang sama dan harga bersaing.
- Pelanggan lebih memilih Mie Ayam varian lama.
- Inovasi baru belum dikenal masyarakat.
- Konsep Modern yang dianggap mahal oleh masyarakat

B. *Opportuny: luar*

- Menjadi pelopor Mie Ayam dengan Konsep Modern.
- Menjadi solusi dimasyarakat untuk menyantap sajian mie ayam dengan varian yang berganti.
- Harga bersaing tetapi kualitas lebih yang diterima masyarakat.

- Konsep modern yang cocok untuk masyarakat kalangan muda.
- Porsi yang banyak yang masyarakat sukai.
- Standard kebersihan yang dijalani perusahaan membuat konsumen percaya.

C. Weakness:

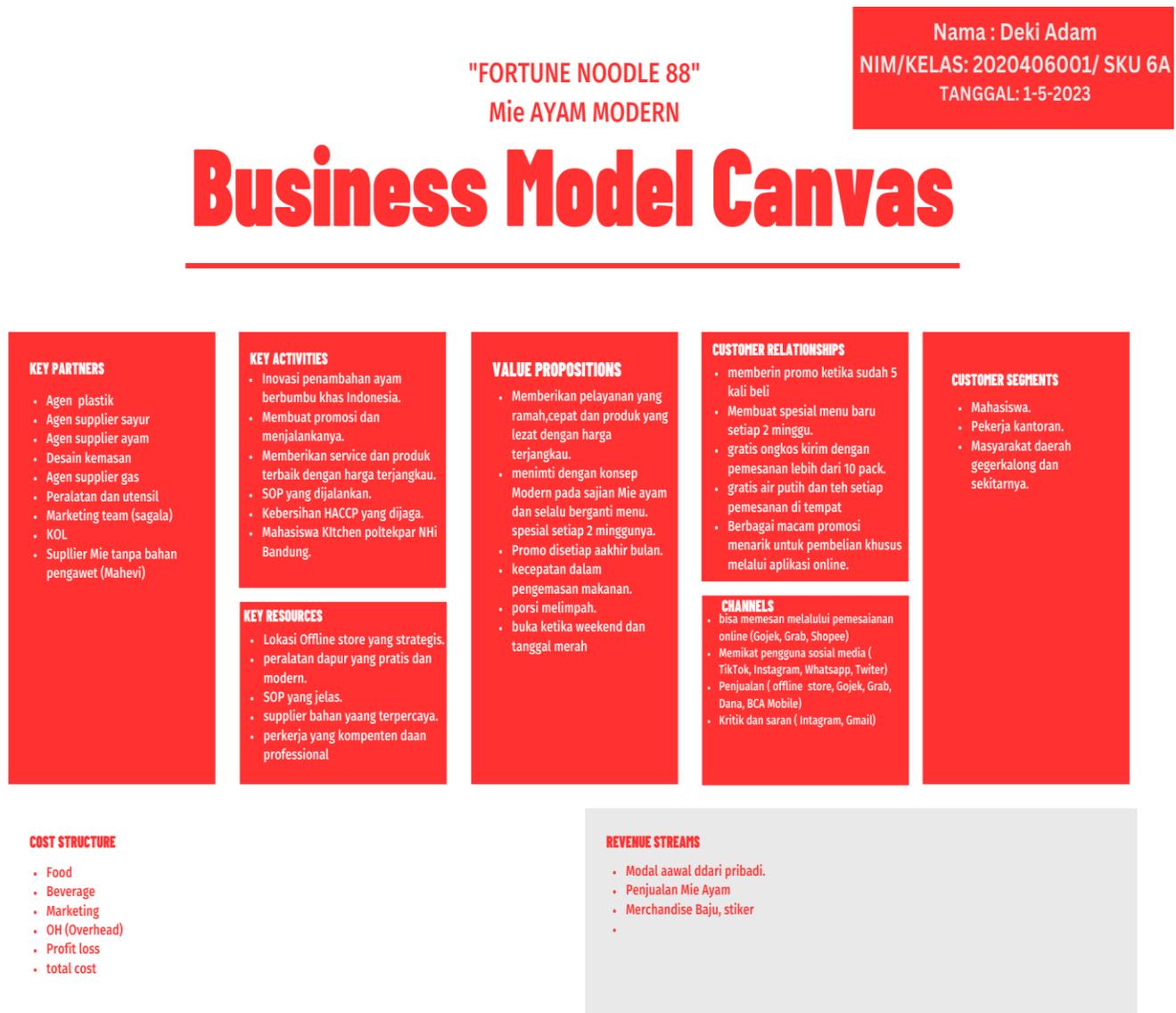
- Konsep Mie Ayam Modern yang perlu dipasarkan dimasyarakat.
- Kurangnya lahan parkir untuk masyarakat karena lokasi padat penduduk.
- Tempat yang belum cukup besar untuk menyantap makanan ditempat.
- Perlu membangun kepercayaan konsumen karena perusahaan baru.

D. Strengths:

- Sajian yang diberikan memberi Pengalaman dan rasa yang baru bagi pelanggan.
- Sajian Mie Ayam sudah digemari masyarakat sedari dulu.
- Harga yang ditawarkan terjangkau dengan kualitas dan kebersihan yang dijaga.
- Lokasi usaha yang cocok yang berada di pemukiman masyarakat dan perkuliahan.
- Memiiki modal yang terbilang kecil untuk membangun tempat usaha.
- Memilik SOP yang jelas untuk melayani konsumen.

Penulis mempersiapkan fokus utama bisnis visual dengan memakai BMC atau Business Model Canva. Sebagai berikut:

GAMBAR 1. 4 BUSINESS MODEL CANVAS



Sumber: Olahan Penulis, 2023

1.5 SPESIFIKASI PRODUK

Produk utama yang ditawarkan FORTUNE NOODLE 88 berupa Mie Ayam yang asli Indonesia yang ditambahkan topping khas bumbu Indonesia. produk Mie Ayam Modern ini menginovasi topping yang ada di Mie Ayam dengan menambahkan ayam rendang dan ayam dabu-dabu manis di dalam sajiannya. Proses Membuat Mie Ayam sendiri terbilang sama tetapi penulis menambahkan minyak rahasia didalamnya, lalu mie di hidangkan dengan ayam bumbu dan aneka side dish seperti bakcoy, bawang goreng, sambal, jamur crispy.

FORTUNE NOODLE 88 menyediakan menu porsi besar. Penulis memilih untuk membuat menu porsi besar ini dikarenakan di daerah kampus banyak mahasiswa yang ingin menyantap hidangan murah, kenyang dan enak setya menu porsi besar ini terhitung lebih terjangkau untuk kalangan mahasiswa. Penulis juga memilih untuk berinovasi setiap minggunya dengan menambahkan menu special dengan varian yang berbeda dengan menu utama. Penulis beranggapan dengan menggunakan menu special pelanggan tidak pernah bosan untuk dating kembali menyantap mie ayam.

Mie Ayam sendiri sudah banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia, tetapi masyarakat Indonesia belum pernah mencicipi sajian mie ayam dengan varian berbumbu khas Indonesia. penulis berharap dengan dengan terciptanya ide dan berjalanya bisnis FORTUNE NOODLE 88 dapat menjadi pengalaman baru dan menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia terutama kota Bandung.

1.6 JENIS DAN BADAN USAHA

Menurut Echol dikutip dari majoo.id badan usaha adalah sebuah usaha yang bentuknya adalah badan usaha dengan orientasi untuk mendapatkan keuntungan yang begitu besar dari kegiatan usaha yang dilakukan didalamnya. Di Indonesia sendiri terdapat 1 aspek hukum yang dibagi menjadi 2 yaitu:

A. Badan usaha berbentuk badan hukum.

Aspek yang jelas dari badan hukum ini adalah pemilik dan asset usaha memiliki Batasan. Artinya pemilik hanya bertanggung jawab hanya sebatas harta yang dimilikinya. Badan usaha yang berbentuk badan hukum ini yaitu:

- PT (Perseroan Terbatas).
- Yayasan.
- Koperasi.

B. Badan usaha tidak berbentuk hukum.

Aspek yang dimiliki badan usaha yang tidak berbentuk hukum adalah tidak tidak memiliki batasan antara pemilik dan asset. Artinya pemilik dan dan harta tidak ada batasan saat mencari keuntungan. Badan usaha yang tidak berbentuk hukum yaitu:

- Persekutuan Perata.
- Firma.
- CV (Persekutuan Komanditer).

FORTUNE NOODLE 88 adalah usaha di bidang Badan usaha tidak berbentuk hukum tepatnya yaitu CV (Persekutuan Komanditer). Dilihat dari kepemilikan bisnis yang pribadi dan aset barang yang didapatkan oleh dana pribadi tanpa adanya suntikan dari pihak luar atau investor.

1.7 ASPEK LEGALITAS

Berdirinya suatu bidang usaha atau brand sangat diharuskan menghadapi banyaknya persiapan seperti mempersiapkan ide, konsep, menu, operasional, desain sesuai dengan identitas brand serta mempersiapkan akan legalitas usaha yang jelas. Legalitas bertujuan melancarkan segala sesuatu operasional bisnis saat dijalankan dan untuk tidak mendapat kendala seperti penutupan tempat usaha dikarenakan tidak memiliki izin usaha yang legal.

Di Indonesia sendiri untuk memiliki usaha *streetfood* harus memiliki izin legalitas. Bagi usaha berbasis kuliner seperti café restaurant harus memiliki izin TDUP (Izin Tanda Daftar Usaha Pariwisata). Izin TDUP dapat diproses di Kantor Pelayanan Satu Pintu (KPSP) pada setiap kecamatan domisili usaha.

Berikut ini adalah persyaratan umum untuk mendapatkan legalitas TDUP sesuai dengan kriteria FORTUNE NOODLE 88:

- Formulir perizinan serta surat kebenaran data dan keabsahan data (bermaterai 10.000).
- KTP pemilik serta penanggung jawab.
- NPWP perusahaan atau perorangan.

- Akta perusahaan seperti berupa PT, CV, Firma atau Perorangan.
- Sertifikat Layak Sehat (SLS).
- SPPL (Sertifikat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan).
- Bukti kepemilikan bangunan.
- Proposal Bisnis Formal.
- Memastikan Domisili Usaha.

Setelah melengkapi aspek-aspek diatas FOTUNE NOODLE 88 akan memenuhi persyaratan untuk membuka usaha dan berbisnis secara legal di Indonesia.