

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Semarang merupakan salah satu tempat pariwisata atau tempat tujuan untuk berwisata. Salah satunya yaitu jenis wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan wisata yang menyajikan aneka macam masakan. Permintaan akan variasi makanan dan pengalaman kuliner yang unik semakin meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih dinamis. Saat ini, Kota Semarang telah menjadi ikon pariwisata di Jawa Tengah, khususnya produk makanannya. Kota Semarang memiliki berbagai hasil alam seperti hasil pertanian, perkebunan, dan laut sebagai bahan makanan. Oleh karena itu, makanan tradisional Kota Semarang perlu digali ulang dan diperkenalkan kembali kepada masyarakat agar keberadaannya tetap eksis.

Kota Semarang telah menjadi salah satu kota penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah. Faktor-faktor yang mendukung peran Kota Semarang dalam pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah termasuk lokasinya yang strategis sebagai pelabuhan utama di Jawa Tengah, pusat perdagangan dan industri yang berkembang, serta investasi dalam infrastruktur dan sektor-sektor ekonomi yang beragam. Selain itu, pusat perbelanjaan modern bermunculan, diantaranya: Paragon City Mall Semarang, Mal Ciputra Semarang, E Plaza Semarang, Semarang Town Square (SETOS), Java Supermall, The Park Mall Semarang dan Uptown Mall Semarang. Walaupun perkembangan pusat perbelanjaan di Kota Semarang sangat pesat, Pemerintah kota terus melakukan perbaikan infrastruktur dan fasilitas pendukung lainnya agar pasar tradisional yang

ada tetap bertahan. Berikut adalah beberapa pasar tradisional yang masih berdiri, antara lain Pasar Johar Semarang, Pasar Karimata Semarang, Pasar Peterongan, Pasar Kota Lama Semarang, Pasar Banyumanik, Pasar Sukoharjo dan Pasar Sekayu. Dari data yang penulis pahami, ekonomi rata-rata pertahun dalam 3 tahun terakhir di Kota Semarang mengalami fluktuatif yaitu di angka 0,35%.

Sedangkan dari sektor Pariwisata sebagaimana yang disampaikan Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2022 melalui website resmi Badan Pusat Statistik Kota Semarang bahwa jumlah kunjungan wisatawan lokal di Kota Semarang telah melewati target yang ingin dicapai waktu itu, yaitu sejumlah 5.338.233 wisatawan. Jumlah tersebut telah melewati target Pemerintah Kota Semarang pada rencana wisatawan lokal pada tahun 2022 lalu, yakni 3.663.276 orang wisatawan lokal. Dari data tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa adanya peningkatan wisatawan lokal di Kota Semarang yang cukup menguntungkan bagi pebisnis yang ada di Kota Semarang, walau wisatawan merupakan salah satu segmentasi bisnis penulis namun segmentasi utama dari bisnis ini adalah pelajar/mahasiswa dan pekerja yang membutuhkan kemudahan atau keefektifan dalam melakukan pembelian makanan dan minuman dikala kesibukan mobilitas masyarakat Kota Semarang. Salah satu konsep kuliner yang sedang naik daun adalah bisnis *food truck*. *Food truck* adalah dapur bergerak, kantin, atau katering dengan kendaraan besar yang umumnya disebut sebagai truk yang menjual berbagai makanan dan minuman (Alan Philips, 2012:1). Dalam lingkungan urban yang sibuk seperti Kota Semarang, *food truck* menawarkan alternatif menarik bagi konsumen yang mencari makanan berkualitas tinggi cepat,

dan praktis. Food truck juga memberikan peluang kepada pengusaha kuliner menjangkau berbagai lokasi dan pasar yang berbeda dengan cara yang lebih efektif. Di tengah tumbuhnya minat masyarakat terhadap *food truck*, penulis merasa ini adalah' saat yang tepat untuk memanfaatkan potensi bisnis ini di Kota Semarang. "Nayaka adalah konsep *food truck* yang berfokus pada kuliner lokal dengan sentuhan modern. Penulis percaya bahwa dengan menyediakan hidangan berkualitas tinggi yang menggabungkan cita rasa tradisional dan kreativitas inovatif, penulis dapat meraih perhatian konsumen dan mencapai kesuksesan dalam industri ini. Namun, untuk berhasil dalam bisnis *food truck*, diperlukan perencanaan bisnis yang matang dan strategi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah rencana bisnis yang komprehensif untuk *food truck* "Nayaka". *Business Model Canvas* (BMC) adalah sebuah alat yang membantu kita menggambarkan, mendefinisikan, dan mendokumentasikan model bisnis kita (Alexander Osterwalder and Yves Pigneur, 2013:14). Melalui analisis pasar, identifikasi pesaing, dan pemahaman BMC yang telah penulis buat dengan mendalam tentang tantangan yang mungkin dihadapi, penulis berharap dapat memetakan langkah-langkah yang diperlukan untuk menjalankan bisnis *food truck* ini dengan sukses di Kota Semarang. Selain itu, penelitian ini juga akan mencoba menggali peluang kolaborasi dengan acara komunitas, festival, dan penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas bisnis ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang berharga bagi penulis dan pemilik bisnis *food truck* lainnya yang ingin mengembangkan usaha mereka di Kota

Semarang. Pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menjadi dasar hukum yang memberikan pengakuan dan dukungan kepada UMKM. Termasuk pemilik bisnis *food truck* yang didukung dalam hal pembiayaan, pelatihan, dan perlindungan hukum. Dengan dukungan undang-undang dan peraturan tersebut, bisnis *food truck* dapat berkembang dan menjadi peluang yang menjanjikan bagi para pengusaha UMKM di Indonesia.

Tabel 1. 1
Peminatan Food Truck di Kota Semarang

N: 111

No.	PERNYATAAN	HASIL KUISIONER
1.	Umur.	15 – 20: 10,4% 21 – 25: 41,7% 26 – 30: 19,8% >31: 28,1%
2.	Membeli makanan dan minuman di <i>food truck</i> .	1x dalam satu bulan: 22% 1x dalam dua minggu: 15,9% 1x dalam satu minggu: 56,1% Hampir setiap hari: 6%
3.	Alternatif yang cocok untuk bisnis <i>food truck</i> .	Makanan berat: 9,9% Cemilan/Makanan ringan: 52% Minuman sehat & kopi: 38,1%
4.	Menu yang diharapkan ada di <i>food truck</i> .	Makanan dan minuman khas daerah: 69,7% <i>Street food</i> : 16,2% Makanan manca negara: 14,1%

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

Berdasarkan data di atas (Tabel 1.1), penulis menyimpulkan bahwa Masyarakat terutama di Kota Semarang cukup minat dengan bisnis *food truck* yang akan menyajikan makanan dan minuman ringan/cemilan dan menawarkan

menu khas daerah dari Kota Semarang itu sendiri. Oleh sebab itu penulis berencana untuk mendirikan satu bisnis yang menyajikan makanan seperti cemilan ataupun makanan ringan dan minuman sehat khas Kota Semarang & kopi yang disusun dalam tugas akhir ini dengan judul Perencanaan Bisnis *Food Truck* “Nayaka” di Kota Semarang.

B. Gambaran Umum Bisnis

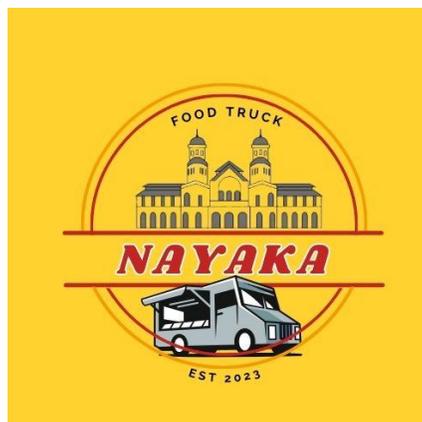
1. Deskripsi Bisnis

Secara Teori, Deskripsi bisnis adalah dokumen yang memberikan gambaran umum tentang bisnis. Ini harus mencakup informasi tentang produk atau layanan, target pasar, dan strategi bisnis (Alan Philips, 2020:10). Bisnis ini kemudian dijalankan oleh organisasi yang bertujuan untuk menyediakan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Bisnis dari penulis berencana akan menawarkan produk – produk makanan dan minuman khas Kota Semarang yang telah diinovasikan dengan bertujuan agar lebih menarik dari segi penampilan dan juga rasa, yang tujuannya mendirikan bisnis *food truck* ini bukan lain yaitu focus pada pencapaian keuntungan. Penulis mendeskripsikan bisnis *food truck* yang akan direalisasikan di Kota Semarang sebagai bentuk aksi agar mendapatkan keuntungan. Konsep dan menu makanan yang ditawarkan mengikuti perkembangan zaman, mulai dari konsep dan cara menawarkan produk yang ditawarkan kepada pelanggan, sampai dengan melayani pelanggan dengan ramah, cepat, tepat namun tetap profesional.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo adalah tanda, simbol, atau lambang yang digunakan untuk mewakili suatu entitas. Logo biasanya terdiri dari elemen-elemen visual, seperti gambar, huruf, atau warna. Logo berfungsi untuk membantu pelanggan untuk mengenali dan mengingat entitas, membedakan entitas dari pesaing, dan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2018:264). Sedangkan nama adalah sebutan atau identitas yang digunakan untuk mewakili suatu entitas. Nama biasanya terdiri dari kata atau gabungan kata yang mudah diingat dan diucapkan. Nama berfungsi untuk membantu pelanggan untuk mengenali dan mengingat entitas, membedakan entitas dari pesaing, dan membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan (David Aaker, 2012:127). Berdasarkan dua penjelasan di atas, logo dan nama memiliki fungsi yang sangat penting karena logo dan nama dalam sebuah bisnis memiliki fungsi yang mendasar seperti membantu pelanggan mengenali dan mengingat entitas, menjadi pembeda entitas bisnis dari pesaing serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Gambar 1. 1
Logo Usaha



(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

Bisnis yang akan dijalankan oleh penulis memiliki logo (Gambar 1.1) yang mendeskripsikan asal dan identitas bisnis, bangunan yang ada di logo bisnis penulis adalah bangunan Lawang Sewu yang merepresentasikan asal bisnis itu yaitu Kota Semarang. Di bagian atas bertuliskan *food truck* dan ada gambar food truck yang melambangkan bisnis yang ingin penulis buat adalah bisnis kuliner yang berkonsepkan *food truck*, lalu di bagian bawah logo bertuliskan “est 2023” yang berartikan *established* dalam bahasa Inggris yang artinya “didirikan” atau “berdiri”. Lalu pemilihan perpaduan warna kuning dan merah termasuk warna yang mencolok serta dalam terapi warna merah dimanfaatkan untuk membangkitkan nafsu makan, sedangkan warna kuning memberikan kesan ramah dan hangat.

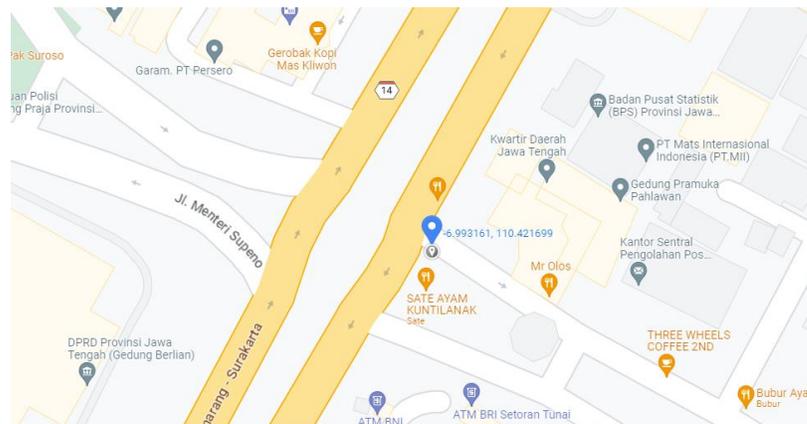
“Nayaka” adalah nama bisnis yang penulis ambil yang berasal dari bahasa Sansekerta yang artinya “pemimpin” atau “pahlawan”, nama tersebut diambil agar bisnis yang dibangun dapat memimpin atau menjadi pemimpin bisnis kuliner serupa yang ada di Kota Semarang dan nama yang sederhana tersebut tentunya akan lebih mudah untuk diingat oleh kalangan pelanggan.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis adalah serangkaian elemen visual dan auditif yang mencerminkan nilai-nilai, misi, dan tujuan bisnis. Elemen-elemen ini dapat berupa logo, nama merek, warna, tipografi, gaya visual, dan suara merek (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2018:264). Selain itu, identitas bisnis merupakan gambaran yang jelas dan terperinci tentang siapa bisnis tersebut, apa yang menjadi

fokus utama bisnis, serta bagaimana bisnis tersebut dikenal dan dipersepsikan oleh pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya. Pada dasarnya identitas bisnis penting karena membantu membedakan bisnis dari pesaing, membangun kepercayaan pelanggan, dan menciptakan hubungan yang kuat antara bisnis dan konsumen. Selain itu, identitas bisnis yang kuat dapat menjadi landasan untuk strategi pemasaran, pengembangan merek, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Bisnis *food truck* “Nayaka” merupakan bisnis yang menawarkan produk makanan dan minuman khas Kota Semarang yang bertujuan untuk mencari keuntungan dari penjualan produk.

Gambar 1. 2
Lokasi Usaha



(Sumber: Google *Street View*, 2023)

Untuk lokasi bisnis, penulis telah menentukan lokasi yang cukup strategis di mana tempat tersebut bertempat di kawasan Simpang Lima *City Center* (SLCC). Tempat tersebut penulis ambil dikarenakan berlokasi di pusat kota di mana masyarakat Kota Semarang melakukan kesibukan mobilitasnya sehari-hari, serta tempat tersebut dekat dengan tempat pendidikan seperti Universitas Diponegoro (UNDIP), Universitas Stikubank (UNISBANK), Universitas Katolik

Soegijapranata (UNIKA), Universitas Negeri Semarang (UNNES), Universitas Dian Nuswantoro (UDINUS) dan sekitarnya. Selain institusi pendidikan, ada beberapa seperti hotel-hotel dan tempat wisata lainnya yang pastinya akan memperbesar peluang bisnis ini karena tempat yang strategis. Terlebih lagi menurut data dari *website* Kementerian Dalam Negeri bagian Kependudukan Catatan Sipil menuliskan jumlah penduduk di Kota Semarang sekitar 1.688.981 jiwa yang dapat menambah probabilitas kesuksesan dalam bisnis ini.

C. Visi dan Misi

Visi adalah gambaran tentang masa depan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi. Visi biasanya bersifat umum dan jangka panjang. Misi adalah pernyataan tentang tujuan dan nilai-nilai yang ingin dicapai oleh suatu organisasi. Misi biasanya bersifat spesifik dan jangka pendek (David Aaker, 2012:127). Berdasarkan pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa dalam sebuah bisnis pasti memiliki sebuah tujuan atau visi yang harus dicapai, dengan menerapkan beberapa misi agar tujuan yang telah ditargetkan bisa dicapai dengan lebih tersusun atau terarah. Berikut adalah uraian visi dan misi dari bisnis *food truck* “Nayaka”:

Visi:

Menjadi bisnis *food truck* yang dikenal oleh masyarakat Kota Semarang dan sekitarnya dengan menyajikan makanan dan minuman khas Kota Semarang dengan harga yang terjangkau.

Misi:

1. Menyajikan pengalaman kuliner yang memuaskan pelanggan dengan menciptakan makanan yang cocok dengan lidah masyarakat setempat.
2. Menawarkan menu makanan dan minuman yang menarik, unik, dan dengan harga yang terjangkau agar menjaga keberlanjutan dalam bisnis ini.
3. Memberikan pelayanan pelanggan yang ramah dan cepat, sehingga setiap kunjungan ke *food truck* penulis menjadi pengalaman yang menyenangkan.
4. Aktif terlibat dengan komunitas kuliner Kota Semarang dan sekitarnya, berpartisipasi dalam acara lokal, dan mendukung inisiatif sosial setempat.

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis situasional yang didasarkan pada kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) (Fred R. David, 2011:8). Menurut definisi tersebut, penulis menyimpulkan bahwa analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) ialah alat penting dalam perencanaan bisnis yang membantu organisasi memahami posisinya dalam lingkungan bisnis. Dengan pemahaman menyeluruh tentang analisis SWOT dapat membuat keputusan yang lebih baik, mengidentifikasi peluang pertumbuhan dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul saat menjalankan bisnis khususnya bisnis *food truck*.

Berikut adalah analisis SWOT dari *food truck* “Nayaka” yang bertujuan untuk mengembangkan rencana strategis yang lebih baik, mengoptimalkan kinerja, dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dengan lebih efektif.

1. Strengths (Kekuatan):

- a. Menyajikan makanan dan minuman khas Kota Semarang yang telah diinovasikan agar menambah rasa dan penampilan lebih menarik.
- b. Bahan baku berkualitas.
- c. Kemampuan *food truck* untuk berpindah-pindah ke lokasi yang strategis.

2. Weaknesses (Kelemahan):

- a. Keterbatasan kapasitas memasak dan penyimpanan yang membuat ruang penyimpanan dan persiapan cukup terganggu.
- b. Perawatan mobil termasuk biaya bahan bakar dan servis mobil berkala.
- c. Bisnis *food truck* dipengaruhi oleh cuaca yang dapat menghambat operasional.

3. Opportunities (Peluang):

- a. Acara komunitas, festival, pameran adalah peluang besar untuk menjangkau pelanggan lebih banyak.
- b. Kerjasama dengan sekolah atau universitas di Kota Semarang.
- c. Media sosial dan platform pemesanan online untuk memperluas jangkauan pelanggan.

4. Threats (Ancaman):

- a. Terjadinya demo di depan kantor PEMKOT.

- b. Persaingan dari *food truck* lain, restoran, dan warung tradisional.
- c. Perubahan regulasi terkait makanan, perizinan, atau Kesehatan.
- d. Kenaikan harga bahan baku yang fluktuatif.

Berikut adalah analisis SWOT menggunakan table matrix:

Tabel 1. 2
SWOT Matrix

OT	SW	<p>Strengths:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyajikan makanan dan minuman khas Kota Semarang yang telah diinovasikan agar menambah rasa dan penampilan lebih menarik. - Bahan baku berkualitas. - Kemampuan food truck untuk berpindah-pindah ke lokasi yang strategis. 	<p>Weaknesses:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keterbatasan kapasitas memasak dan penyimpanan yang membuat ruang penyimpanan dan persiapan cukup terganggu. - Perawatan mobil termasuk biaya bahan bakar dan servis mobil berkala. - Bisnis food truck dipengaruhi oleh cuaca yang dapat menghambat operasional.
		<p>Opportunities:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acara komunitas, festival, pameran adalah peluang besar untuk menjangkau pelanggan lebih banyak. - Kerjasama dengan sekolah atau universitas di Kota Semarang. - Media sosial dan platform pemesanan online untuk memperluas 	S/W

jangkauan pelanggan.	luas.	waktu pemesanan untuk menghindari antrian panjang.
<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Terjadinya demo di depan kantor PEMKOT. - Persaingan dari food truck lain, restoran, dan warung tradisional. - Perubahan regulasi terkait makanan, perizinan, atau Kesehatan. <p>Kenaikan harga bahan baku yang fluktuatif.</p>	<p style="text-align: center;">S/T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan efisiensi operasional dan menekan biaya untuk mengantisipasi fluktuasi harga bahan baku. <p>Membangun hubungan baik dengan pemerintah untuk mendapatkan informasi dan dukungan terkait perubahan regulasi.</p>	<p style="text-align: center;">W/T</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan media sosial dan platform online untuk membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan. <p>Mengikuti perkembangan tren kuliner terbaru untuk menarik minat pelanggan.</p>

(Sumber: Olahan Penulis, 2023)

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk adalah karakteristik atau fitur yang dimiliki oleh suatu produk. Spesifikasi produk dapat berupa karakteristik fisik, seperti ukuran, bentuk, warna, bahan, dan berat. Spesifikasi produk juga dapat berupa karakteristik fungsional, seperti cara kerja, kinerja, dan manfaat (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2018:487). Berdasarkan definisi di atas, bisnis yang akan penulis buat adalah suatu bisnis yang menggunakan *food truck* sebagai tempat membuat produk maupun berlangsungnya pelayanan. *Food truck* “Nayaka” menjual produk berupa makanan dan minuman dengan sikap pelayanan ramah dari *waiter/waitress* kepada calon pelanggan yang akan menikmati makanan dan minuman, sehingga pelanggan menjadi lebih dihargai walaupun berada di pinggir jalan kota.

Sementara itu produk yang ditawarkan oleh bisnis ini berupa makanan Khas Kota Semarang yang autentik dan cocok untuk lidah masyarakat sekitar, beberapa produk yang ditawarkan seperti lumpia, tahu bakso, kroket kentang, getuk lindri dan kue wingko. Sedangkan untuk minuman yang ditawarkan kepada pelanggan merupakan minuman khas Kota Semarang, seperti es degan dan es cendol yang cocok untuk kota pesisir yang cukup panas. Adapun minuman khas Kota Semarang yang disajikan hangat seperti wedang ronde, wedang uwuh, dan kopi. Semua produk yang nantinya akan dijual kepada pelanggan merupakan produk yang *fresh* dan pembungkus makanan yang digunakan memakai bahan yang dapat didaur ulang seperti *paper bag*.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian:14 Badan usaha adalah suatu bentuk usaha yang berbadan hukum, yang didirikan oleh perseorangan atau badan hukum untuk melakukan kegiatan usaha dengan tujuan untuk mencari keuntungan. Dalam membangun sebuah bisnis banyak hal penting yang harus diperhatikan, salah satunya yaitu jenis badan usaha. Ada beberapa jenis badan usaha yang ada di Indonesia seperti Perusahaan Perseorangan, Firma, Persekutuan Komanditer (CV), Perseroan Terbatas (PT), Koperasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Perusahaan Umum (Perum), Perusahaan Daerah, dan Yayasan. Setiap jenis badan usaha memiliki karakteristik dan aturan hukum yang berbeda, sesuai dengan tujuan dan sifat usahanya serta memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

Jenis badan usaha yang akan penulis gunakan pada usaha ini adalah jenis badan usaha Perusahaan Perseorangan, karena usaha ini dikelola oleh hanya satu orang saja. Sementara itu, Perusahaan perseorangan adalah suatu perusahaan yang didirikan dan dipimpin oleh seorang pengusaha perorangan, yang dalam menjalankan usahanya atas nama dan tanggung jawabnya sendiri (R. Subekti, 2018:61). Jenis badan usaha yang penulis gunakan tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan.

Berikut adalah beberapa kelebihan menggunakan jenis badan usaha perusahaan perseorangan:

1. Sebagai pemilik tunggal, pemilik memiliki kendali penuh atas semua aspek bisnis *food truck*, operasional dan keuangan.
2. Membuat keputusan dengan cepat tanpa perlu berkonsultasi dengan rekan pemilik lainnya, yang memungkinkan fleksibilitas dalam mengelola bisnis.
3. Tanpa perlu berbagi keuntungan atau keputusan dengan pemilik lain, pemilik dapat mengelola bisnis secara efisien dan menjaga semua pendapatan untuk diri sendiri.
4. Struktur pajak untuk perusahaan perseorangan cenderung lebih sederhana dan transparan daripada badan usaha lainnya.

Ada pula kekurangan menggunakan jenis badan usaha perusahaan perseorangan, beberapa diantaranya yaitu:

1. Pemilik akan bertanggung jawab penuh atas semua utang dan kewajiban bisnis secara pribadi. Ini berarti jika bisnis mengalami kerugian atau kesulitan keuangan, harta pribadi pemilik bisa terkena risiko.
2. Keterbatasan dalam mengumpulkan modal untuk mengembangkan bisnis. Hal ini bisa menjadi hambatan jika pemilik ingin memperluas *food truck* atau meningkatkan operasional.
3. Pemilik harus mengelola semua aspek bisnis sendiri, termasuk pengadaan bahan, pengoperasian *food truck*, dan pemasaran.
4. Perusahaan perseorangan tidak memiliki perlindungan hukum yang sama dengan badan usaha lainnya. Jika terjadi sengketa atau tuntutan hukum, aset pribadi dapat terancam.

G. Aspek Legalitas

Legalitas usaha adalah status hukum suatu perusahaan atau bisnis yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh pemerintah. Legalitas usaha penting untuk melindungi hak-hak dan kepentingan perusahaan, serta untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan mitra bisnis (S Indrawati dan AF Rachmawati, 2021:29-30). Untuk mendapatkan kelegalan dalam bisnis dan bisa diakui keberadaannya dari pemerintah, seorang pebisnis harus melakukan hal penting yaitu perlu memiliki dokumen yang diperlukan berupa legalitas sebelum mereka membuka bisnis. Pada intinya aspek legalitas bisnis merupakan fondasi yang sangat penting untuk menjalankan bisnis dengan sukses dan menghindari masalah hukum yang dapat merugikan bisnis. Sebagai pemilik bisnis, penting

untuk berkonsultasi dengan profesional hukum atau otoritas yang berwenang untuk memastikan bahwa bisnisnya memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku. Di bawah ini merupakan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah untuk mendapatkan legalitas pada suatu usaha:

1. Peraturan Walikota Semarang Nomor 67 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Retribusi Daerah atas Penggunaan Tempat Milik Daerah yang mengatur tentang tata cara pemungutan retribusi daerah untuk penggunaan tempat milik daerah, termasuk untuk usaha food truck.
2. UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan yang mengatur tentang hak dan kewajiban pengusaha dan pekerja, termasuk penggajian, jam kerja, cuti, dan keselamatan kerja.
3. Surat Edaran Dinas Perdagangan Kota Semarang Nomor 503/3301/2020 tentang Pedoman Penerbitan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) bagi Pelaku Usaha Kuliner, menjelaskan pedoman penerbitan IUMK bagi pelaku usaha kuliner, termasuk food truck.
4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik: Mengatur tentang perizinan berusaha secara elektronik, termasuk perizinan untuk usaha *food truck*.