

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kota Bogor merupakan salah satu *icon* wisata kuliner paling tersorot di Jawa Barat. Keanekaragaman makanan serta minuman di Bogor menjadi salah satu yang membuat daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun juga mancanegara untuk datang berkunjung dan berwisata kuliner di Bogor. Sajian khas Kota Bogor yang selalu dicari oleh wisatawan yang datang ke Bogor dan selalu menjadi favorit yaitu talas bogor, roti unyil, laksa bogor, soto kuning, es campur, bajigur dan es cendol. Semua kuliner tersebut dapat ditemukan di tempat kuliner di Bogor. Salah satunya jalan Suryakencana di Kota Bogor yang menjadi tempat kuliner tereksesis dan Wali Kota Bogor Bima Arya Sugiarto telah meresmikan tempat ini menjadi pusat kuliner (Teras Surken) di Gang Bata, Jalan Suryakencana, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor pada bulan Agustus pada tahun 2020. Di tempat ini sangat beragam kuliner yang ditawarkan kepada wisatawan dari yang halal sampai non halal. (Agmasari, 2022)

Pemerintah Kota Bogor, Jawa Barat mencatat pertumbuhan usaha kreatif di antaranya restoran dengan berbagai daya tarik di daerahnya melejit hingga 300 persen dilihat dari jumlah UMKM yang mencapai 68 ribu dari sebelumnya di bawah 10 ribu, didominasi dengan kuliner seiring dengan pembangunan pedestrian atau trotoar di tengah pandemi COVID-19 (Susanti, 2023).

TABEL 1
JUMLAH RUMAH MAKAN / RESTORAN DI KOTA BOGOR

kecamatan	Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bogor		
	2020	2021	2022
Bogor Selatan	55	55	105
Bogor Timur	129	129	181
Bogor Utara	109	109	162
Bogor Tengah	187	197	288
Bogor Barat	87	87	125
Tanah Sareal	88	88	125
Kota Bogor	655	665	986

Sumber : Badan Pusat Statistik Bogor

Tabel diatas merupakan jumlah rumah makan atau restoran yang ada di daerah Bogor yang dapat dilihat adanya peningkatan pada tahun 2022. Hal ini dapat menunjukkan bahwa bisnis kuliner khususnya di daerah bogor memiliki propek yang baik, karena adanya perkembangan dan menunjukkan minat para konsumen terhadap kuliner cukup tinggi.

Bisnis kuliner merupakan usaha yang mempunyai prospek yang sangat cerah karena kebutuhan makanan dan minuman sesuatu yang tak terhindarkan dalam kehidupan manusia. Selama para pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan menawarkan kualitas serta pengalaman yang baik kepada pelanggan, bisnis ini akan selalu memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang, bahkan dalam situasi ekonomi yang sulit sekalipun. Bisnis kuliner sebagai usaha sepanjang masa, karena setiap orang butuh makan dan minum dalam hidupnya, sehingga bisa dipastikan usaha makanan selalu dibutuhkan oleh setiap orang. Bisnis kuliner tetap dapat tumbuh dan berkembang meskipun terjadi krisis

global. Menurut Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI, 2012:134).

Makan dan minum merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat penting bukan hanya sekedar kebutuhan fisik, tetapi juga memiliki dampak yang mendalam pada aspek sosial, budaya, ekonomi dan bahkan emosional dalam kehidupan manusia. Makan dan minum pada dasarnya adalah salah satu kebutuhan pokok bagi manusia yang berfungsi sebagai sumber energi untuk melakukan segala aktifitas dan salah satu faktor utama bagi kelangsungan hidup manusia, dengan kata lain tanpa makanan manusia tidak akan dapat bertahan hidup, saat ini seiring dengan perkembangan jaman sudah banyak keanekaragaman makanan yang ada untuk di konsumsi masyarakat baik itu makanan yang dibuat sendiri maupun makanan siap saji yang di sediakan oleh para pengusaha yang bergerak di bidang kuliner (Damayanti, Pritasari, & Lestari, 2017).

Bisnis angkringan semakin populer di Indonesia karena banyak orang yang tertarik dengan konsep warung makan kecil yang sederhana dan mudah diakses ini. Meskipun terlihat simpel, bisnis angkringan memiliki beberapa keuntungan yang membuatnya menjadi salah satu pilihan yang menarik untuk dijadikan usaha. Angkringan merupakan warung makan kecil yang biasanya berada di pinggir jalan dan menyajikan makanan murah meriah yang populer di Indonesia. Angkringan telah menjadi salah satu tren kuliner di Indonesia, terutama di kalangan anak muda. Angkringan juga menjadi tempat berkumpul dan bersosialisasi dengan rekan atau keluarga. Angkringan merupakan ruang publik yang cukup sama, dikarenakan setiap orang dapat menikmati makanan dan minuman dengan harga cukup murah,

serta dapat duduk berjam-jam dan bebas bersosialisasi tanpa adanya hambatan (Nurzamni dan Marlina, 2019:93).

Terdapat beberapa usaha Angkringan yang sudah berdiri di daerah Sentul City yang penulis jumpai.

TABEL 2
DATA PESAING ANGKRINGAN BLI MADE

No	Nama Angkringan	Alamat
1	Angkringan Joy	Jl. Raya Babakan Madang, Kec Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.
2	Angkringan Kangen	Jl. Raya CIjayanti no 99, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.
3	Angkringan Panca Mandiri	Jl. Gunung Pancar, Karang Tengah, Babakan Madang, Kabupaten Bogor.
4	Angkringan Mami Q	Jl. Raya Bojong Koneng, Bojong Koneng, Kec. Babakan Madang, Kabupaten Bogor.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Makanan khas Bali cukup di gemari oleh masyarakat diluar Bali. Hal ini juga menjadi salah satu alasan para wisatawan ingin berkunjung ke Bali untuk mencicipi kuliner khas daerah tersebut menurut artikel yang ditulis iNews.id.

Penulis juga melakukan Pra-survey untuk dapat mengetahui minat masyarakat yang berada di sekitar daerah Sentul City terhadap makanan khas Bali. Penyebaran kuisioner dilakukan mulai pada tanggal 15 Oktober – 15 November 2023 (1 bulan) dengan jumlah responden 40. Berikut merupakan hasil dari kuisioner yang penulis lakukan berikut:

TABEL 3
MINAT MASYARAKAT DAERAH SENTUL CITY TERHADAP
MAKANAN KHAS BALI

Kuisioner	Hasil Kuisioner
Apakah anda tertarik dengan makanan khas Bali?	Iya, 38 Jawaban (95%) Tidak, 2 Jawaban (5%)

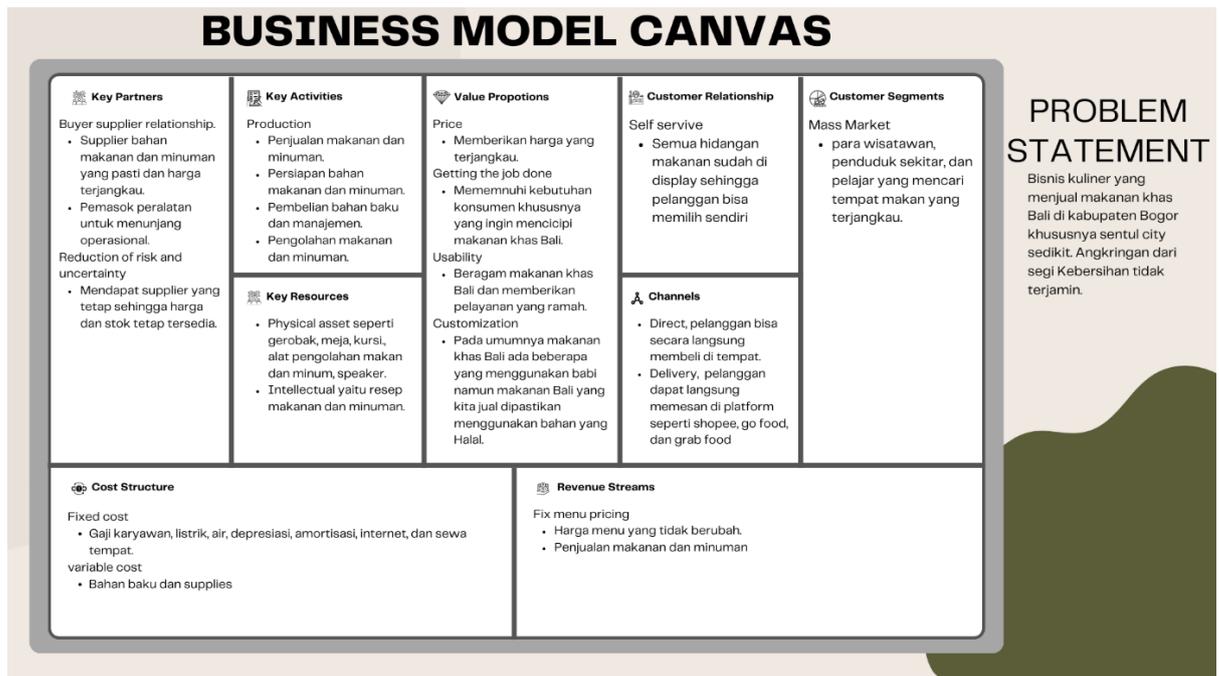
Adapun beberapa rumah makan yang menjual makanan khas Bali di daerah bogor berikut:

TABEL 4
RUMAH MAKAN YANG MENJUAL MAKANAN KHAS BALI

Nama Restoran	Lokasi	Jarak dengan lokasi usaha
Teras Dewata	Jl. Achmad Adnawijaya No 34, Tegal Gundil, Kec. Bogor Utara, Kota bogor, Jawa Barat	15 km
Nasi Bali Bli Wayan	Jl. Anyelir No.25, Tegalllega, Kec. Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat	15 km
Warung Popoki by Sherla	Jl. Padjajaran Indah No.8, Baranangsiang, Kec. Bogor Timur, Kota Bogor, Jawa Barat	18 km
Dewi Nasi Bakar dan Masakan Bali	Jl. Layungsari II, Gg Mawar 1 No.12, Empang, Kec. Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat	19 km

Penulis menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) salah satu alat yang efisien dalam rangka pembuatan model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC). BMC meliputi sembilan elemen berbeda yang saling terkait dan teridentifikasi sebagai kunci penting untuk menciptakan model bisnis yang sukses. Sembilan elemen tersebut meliputi *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partners*, dan *Cost Structure*.

GAMBAR 1
BUSINESS MODEL CANVAS ANGKRINGAN BLI MADE



Sumber : Olahan Penulis (2023)

Dengan menggunakan BMC perusahaan dapat mengetahui bagaimana setiap aspek dalam bisnisnya berhubungan. Kemudian melalui analisa terhadap masing-

masing hubungan tersebut diharapkan dapat menciptakan nilai yang lebih baik dari pada sebelumnya melalui keputusan strategis.

Angkringan pada umumnya memiliki konsep berjualan di trotoar dengan gerobak. Namun, jika kita lihat dari segi kebersihan kurang terjaga karena makanannya disajikan di ruangan terbuka, dimana debu dan kotoran bisa dapat hinggap di makanan sehingga kebersihan tidak terjaga. Selain itu, tempatnya kurang nyaman karena para pelanggan harus makan di pinggir jalan. Angkringan biasanya menyajikan makanan khas Jawa. Namun, disini penulis ingin menggantikannya dengan makanan khas Bali. Karena produk makanan khas Bali memiliki kemiripan atau serupa yang siap saji dengan menggunakan konsep menjual angkringan. Berdasarkan paparan diatas penulis ingin melakukan perencanaan bisnis angkringan makanan khas Bali di Sentul City kabupaten Bogor.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Suatu bisnis akan dianggap berhasil jika sudah menghasilkan keuntungan serta bisnis tersebut dapat memberikan dampak yang cukup baik dalam meningkatkan penghasilan masyarakat setempat. Bisnis yaitu suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada customer atau bisnis lainnya, untuk memperoleh laba. (Kamaluddin & Rapanna, 2017)

Kata angkringan sendiri berasal dari Bahasa Jawa, yaitu angkring atau nangkring, yang berarti duduk santai atau duduk bebas (Azizah, 2015)

Sejarah angkringan diawali oleh Mbah Karso atau Djukut yang berasal dari Desa Ngerangan, Bayat, Klaten. Pada awalnya Mbah Karso merantau ke Kota Surakarta pada tahun 1930-an. Mbah Karso bekerja sebagai penjual terikan dan menjadi anak buah dari juragan terikan bernama Wono. Pelaku usaha angkringan pada waktu itu masih cenderung berpindah dari satu lokasi ke lokasi lainnya dengan pikulannya tersebut (Prakoso,2020 Sancoko dan Rahmawati, 2019:92)

Angkringan makanan khas Bali merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi makanan dan juga minuman. Khususnya produk makanan Khas Bali. Angkringan makanan khas Bali yang penulis ingin dirikan ini memiliki konsep yang lebih *modern* dimana pada umumnya angkringan berada dipinggir jalan menggunakan gerobak namun, kali ini angkringan yang penulis akan dirikan terletak ditempat yang nyaman, bersih, dan juga menarik dengan sedikit dekorasi Bali. Alasan penulis ingin memilih usaha angkringan yang *modern* karena berdasarkan keluhan para konsumen angkringan dimana banyak yang mengeluhkan mengenai tempat yang kurang nyaman dan bersih. Hal ini menjadi perhatian dan solusi bagi penulis untuk membuat angkringan lebih *modern*.

Angkringan merupakan tsalah satu empat yang dapat dinikmati oleh ssemua kalangan dan lapisan masyarakat. mulai dari anak sekolahan, remaja, dewasa hingga kalangan masyarakat lanjut usia. yang diharapkan Angkringan Bli Made dapat menjadi wadah bagi para pengunjung untuk dapat menikmati waktu luangnya. Dengan menyajikan menu makanan khas Bali diharapkan produk-produk tersebut dapat menarik perhatian para pengunjung yang merindukan makanan khas Bali dan pengunjung yang baru ingin mencoba makanan khas Bali.

2. Deskripsi Logo dan Nama

“Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis huruf tertentu logo type adalah elemen tulisan saja” (Rustan, 2009).

Logo sendiri memiliki peran penting dalam pemasaran produk karena dapat menciptakan identitas visual yang membedakan suatu *brand* dari pesaing. Kegunaan logo tidak hanya sebatas pada aspek estetika, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membangun kesan pada sebuah *brand*. Logo juga dapat menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan dan menjadi simbol yang menggambarkan nilai-nilai *brand* serta kualitas produk. Selain itu, logo juga membantu memudahkan pengenalan merek, memperkuat citra merek, dan menyampaikan pesan yang konsisten kepada pasar. Dengan kata lain, logo bukan hanya lambang visual, melainkan juga investasi dalam membangun identitas merek yang kuat, membantu diferensiasi produk, dan menciptakan pengalaman merek yang konsisten untuk konsumen. Berikut merupakan logo dari Angkringan Bli Made.

GAMBAR 2 DESAIN LOGO



Sumber: Olahan Penulis

Penulis memberi nama Angkringan Bli Made karena produk yang dijual adalah makanan khas Bali dan agar sesuai dengan konsep yang diusung. Nama Angkringan Bli Made diambil dari bahasa Bali, yaitu "bli" dan "Made," yang berarti panggilan untuk anak kedua. Saya adalah anak kedua di keluarga saya, jadi nama ini juga mencerminkan identitas saya. Logo dan nama yang dibuat menjadi faktor pembeda dan dapat dikenali oleh para konsumen. Berikut adalah logo yang dipakai untuk Angkringan Bli Made sebagai berikut:

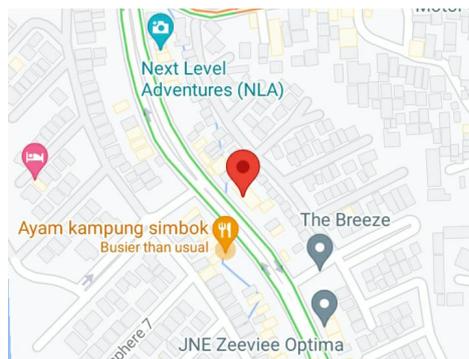
- a. Huruf A : melambangkan huruf "A" besar dalam logo bisa digunakan untuk menyampaikan sifat atau nilai. Sebagai contoh, jika sebuah merek ingin dikaitkan dengan kualitas, maka huruf "A" besar bisa digunakan untuk menggambarkan "A" sebagai nilai tertinggi.
- b. Warna Hitam : menampilkan kesan yang lebih elegan pada suatu usaha di tambah Angkringan Bli Made mengusung konsep yang lebih *modern*.

- c. Ukiran Emas : memberikan sedikit unsur kesenian, karena kesenian merupakan salah satu daya tarik dari Bali.
- d. Warna Emas pada ukiran: melambangkan kejayaan, sehingga diharapkan usaha ini akan berjaya khususnya di bidang kuliner.

3. Identitas Bisnis

Rencana lokasi bisnis yang hendak dibuat oleh penulis yaitu terletak di Jalan Raya Jungle Land Avenue no 92, Karang Tengah, Babakan Madang, Bogor. Lokasi tersebut dipilih dengan cara menyewa gedung Karena cukup dekat dengan tempat wisata dan pemukiman. Sehingga menurut penulis lokasi tersebut sangat strategis sebagai tempat usaha.

GAMBAR 3
LOKASI PERENCANAAN



Sumber : www.googlemaps.com (2023)



Sumber : Olahan Penulis (2023)

C. Visi dan Misi

Visi menurut Kotler yang dikutip oleh Nawawi, “Visi merupakan pernyataan tujuan suatu organisasi yang ditampilkan dalam pelayanan dan produk yang ditawarkan, dan dikampanyekan yang biasanya berupa cita-cita masa mendatang, nilai-nilai suatu aspirasi, kebutuhan yang dapat dipenuhi, pelayanan kelompok masyarakat.” (Muslim, 2017)

Menurut Sunardi “Misi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang harus dicapai organisasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa datang. Pernyataan misi mencerminkan tentang penjelasan produk atau pelayanan yang ditawarkan”.

1. Visi

Menjadi Angkringan makanan khas Bali paling populer di daerah Kabupaten Bogor.

2. Misi

- a. Menawarkan produk makanan khas Bali dengan bahan baku yang berkualitas.
- b. Menawarkan pelayanan yang terbaik kepada semua pengunjung.
- c. Menawarkan produk makanan khas Bali dengan harga yang terjangkau bagi para pengunjung.
- d. Melakukan promosi saat adanya hari raya Bali setiap pergantian bulan.

D. *SWOT Analysis*

Menurut Freddy Rangkuti Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan (Sukatmadiredja & Rosita, 2019) . Dengan menggunakan strategi analisa ini penulis berharap bisnis ini mampu berhasil mencapai tujuan. Berikut adalah Identifikasi dan Analisis SWOT dari perencanaan “Angkringan Bli Made” di Sentul City Kabupaten Bogor :

1. *Strength*
 - a. Angkringan Bli Made terletak di daerah ramai penduduk.
 - b. Memberikan fasilitas *wifi* gratis dan musik.
 - c. Angkringan yang menyajikan beragam menu makanan khas bali.
 - d. Angkringan Bli Made menyediakan pesan antar untuk konsumen yang ingin menikmati produk kami tanpa harus datang ke tempat.
2. *Weakness*
 - a. Sumber daya manusia yang kurang menguasai tentang makanan khas Bali
3. *Opportunities*
 - a. Masyarakat bogor cenderung konsumtif
 - b. Pesaing rumah makan khas Bali dengan konsep angrkingan belum ada di lokasi yang penulis ingin dirikan.
4. *Threat*
 - a. Sulitnya mendapatkan tenaga kerja yang menguasai makan khas bali
 - b. Para pesaing bisnis angkringan lainnya menawarkan harga yang lebih murah

TABEL 5
ANALISIS SWOT

	<p style="text-align: center;"><i>STRENGTHS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Angkringan Bli Made berlokasi di daerah ramai penduduk. 	<p style="text-align: center;"><i>WEAKNESS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya manusia yang kurang memahami tentang makanan khas Bali.
<p style="text-align: center;"><i>OPPURTUNITIES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat Bogor cenderung konsumtif. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALISIS S-O</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mempromosikannya melalui <i>flyer</i> atau brosur juga menawarkan voucher untuk menarik pengunjung. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALISIS W-O</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi untuk 20 orang pertama gratis makan di Angkringan Bli Made agar dapat menganal makanan khas Bali
<p style="text-align: center;"><i>THREAT</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Para pesaing bisnis angkringan lainnya menawarkan harga yang lebih murah. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALISIS S-T</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan diskon atau voucher di hari-hari tertentu. 	<p style="text-align: center;"><i>ANALISIS W-T</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Perlu adanya pelatihan karyawan untuk meningkatkan kemampuan membuat makanan khas bali dan menggunakan bahan baku lokal untuk menekan biaya produksi agar harga yang ditawarkan mampu bersaing.

Sumber: Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk merupakan serangkaian proses yang mengungkapkan detail-detail yang tepat tentang produk. Spesifikasi tidak memberitahukan cara memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi menampilkan pernyataan yang tidak mendua mengenai apa yang harus dilakukan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan menurut Ulrich (2001).

Angkringan pada umumnya menjajakan makanan dan minuman sederhana, seperti aneka gorengan, nasi bungkus atau dikenal juga sebagai nasi kucing, tempe, tahu bacem, oseng tempe, sate usus, sate telur puyuh, dan aneka lauk pauk lainnya. Minuman yang pada umumnya disajikan di angkringan adalah wedang jahe, susu jahe, teh, dan kopi (Melinda,2014:92)

Angkringan Bli Made menawarkan beragam makanan dan minuman khas Bali yang siap saji, seperti lawar Bali, jakut urap, tum ayam, tum sapi, sate lilit, telur bali, sate plecing, nasi jingo, dan minuman seperti es gula, es daluman, dan kopi Bali. Ini bisa menjadi alternatif yang baik untuk makanan khas Jawa yang biasanya dijual di angkringan karena serupa dengan hidangan khas Bali yang siap saji dengan konsep menjual angkringan yang lebih *modern* untuk memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

F. Jenis Badan Usaha

Dalam perencanaan bisnis, para pelaku bisnis tentu harus dapat memilih jenis badan usaha yang sesuai, karena perusahaan dapat memperoleh perlindungan hukum dengan mendaftarkan entitas bisnis mereka.

Perusahaan perseorangan merupakan bentuk jenis badan usaha yang dikelola dan juga diawasi oleh satu individu, yang juga bertanggung jawab secara pribadi atas semua risiko. Pemilik perusahaan perseorangan dapat menggunakan sumber modal dari aset pribadi atau bahkan pinjaman, sehingga mereka memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas terhadap badan usaha mereka. Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto (2010) “Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dan aktivitas perusahaan.”

Alasan penulis memilih badan usaha perseorangan adalah sederhananya struktur dan administrasi bisnis. Sebagai satu-satunya pemilik, pengelolaan usaha menjadi lebih fleksibel, dimana setiap keputusan dapat diambil dengan cepat, dan proses administrasi umumnya lebih mudah. kepemilikan tunggal badan usaha perseorangan membuat seluruh keuntungan bisnis menjadi milik pemilik tanpa harus dibagi dengan pihak lain. Hal ini memberikan keunggulan finansial yang signifikan karena pemilik dapat langsung menikmati hasil dari usahanya. Pemilik dapat dengan cepat menyesuaikan strategi bisnis, mengubah produk atau layanan, atau menanggapi perubahan pasar tanpa harus berkonsultasi dengan pihak lain.

G. Aspek Legalitas

Suatu perencanaan sebuah bisnis tentunya perlu mencantumkan aspek-aspek legalitas dalam bisnis tersebut. Dalam perencanaan bisnis yang akan penulis buat, karena bisnis yang akan dibuat ini adalah perseorangan maka penulis harus

memperhatikan aspek Undang-undang yang dibutuhkan di dalam menjalankan bisnis ini adalah, sebagai berikut :

- a. Undang Undang tentang Pelaku Usaha Pasal 1 angka 3 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999.
- b. Undang Undang tentang Merek / *Brand* diatur dalam UndangUndang Nomor 15 Tahun 2001. Dan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.
- c. Undang Undang tentang fasilitas jaminan Kesehatan dan keselamatan dalam UU Nomor 13 tahun 2003.
- d. Undang Undang tentang waktu kerja dan cuti, dalam Undang Undang Ketenagakerjaan Nomor 13 Tahun 2003 pasal 77.
- e. Undang Undang tentang waktu lembur diatur di dalam UU Ketenagakerjaan terkait hak dan kewajiban pengusaha menurut UU Nomor 13 tahun 2003.
- f. Undang Undang tentang perlindungan konsumen dan menyediakan informasi yang jelas dan akurat tentang produk dan layanan yang ditawarkan diatur dalam UU Nomor 8 tahun 1999.