

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha yang dijalankan individu atau kelompok untuk menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan tujuan akhir mendapatkan keuntungan atau profit secara langsung maupun tidak langsung, Alma (2014). Salah satu bisnis yang memiliki peluang besar dan hasil yang menjanjikan adalah bisnis makanan.

Bisnis makanan adalah salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat, karena selain menghasilkan pendapatan yang tinggi, makanan juga menjadi sumber kebutuhan pokok bagi setiap orang, Dalam Widjoyo dkk (2014). Maka dengan memiliki bisnis makanan tidak menutup kemungkinan akan adanya kesamaan yang menimbulkan persaingan. Persaingan dalam bisnis tentunya tidak dapat dihindari, sehingga berbagai upaya dilakukan seperti mengembangkan konsep, produk dan berbagai hal lainnya untuk mempertahankan dan meningkatkan performa bisnis. Menurut Suryana (2006:156), teknik dalam pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara :

1. Menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi dan tempat usaha untuk peningkatan output atau perluasan

bisnis dan mencapai skala ekonomis bisnis (*economics of scale*).

2. Menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang saat ini di produksi dengan mengikuti kebutuhan pasar atau tren konsumen (*diversifikasi*).

Dengan pengertian yang diberikan oleh para ahli, bisnis D'poer Pizza akan memakai teknik pada poin pertama *economics of scale*. Teknik ini dapat membantu D'poer Pizza dalam pengembangan produk dan layanan yang inovatif dengan ekspansi kepada pasar baru untuk mengembangkan bisnis nya untuk bisnis yang berkelanjutan.

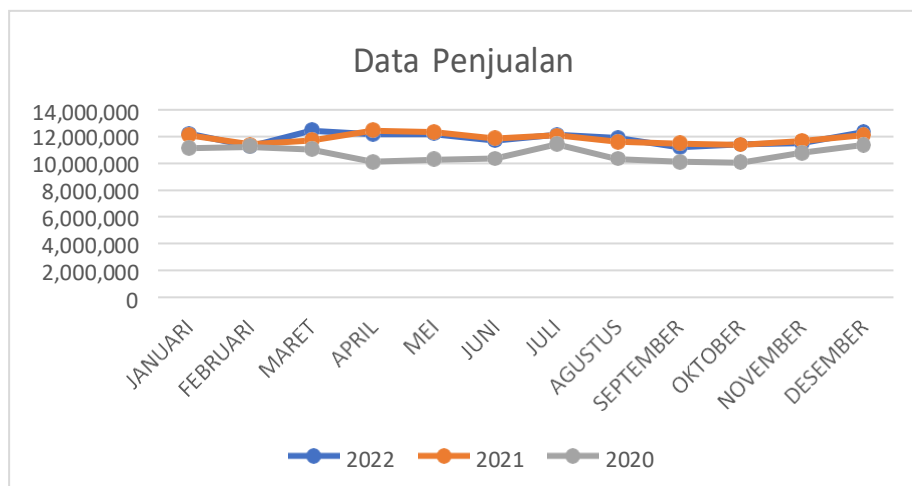
D'poer Pizza merupakan bisnis UMKM yang termasuk dalam kategori layanan makanan yang menyediakan pizza sebagai produk utama. Berdiri sejak tahun 2011, D'poer Pizza menjadi salah satu usaha pizza lokal dengan harga terjangkau yang bertempat di Bandung. Selama 12 tahun berdiri banyak proses perjalanan dalam pengembangan penjualan pizza yang dilewati untuk mengenalkan lebih nilai dan merek D'poer Pizza kepada konsumen.

Pengembangan terakhir yang dilakukan adalah pengembangan bisnis dalam bentuk *street food*. Dimana bisnis ini dimulai di tahun 2020 pada masa covid 19. Pengembangan yang dilakukan ini merupakan bentuk alternatif untuk mempertahankan bisnis D'poer Pizza dari penutupan bentuk bisnis sebelumnya.

. Dipilihnya konsep *street food* ini karena dipercaya oleh pemilik dapat memikat konsumen karena mudah dijumpai dan sangat instan terhadap pembeliannya, selain itu juga konsep ini dapat meningkatkan penjualan untuk mencapai keuntungan sedikit demi sedikit untuk bangkit kembali. Dan berikut data penjualan D'poer Pizza dalam 3 tahun.

Tabel 1. 1

DATA PENJUALAN D'POER PIZZA



Sumber : Data Perusahaan

Berdasarkan data penjualan tersebut, tidak terlalu terlihat perbedaan penjualan setiap tahunnya. Di tahun 2020 penyebab penjualan yang didapatkan adalah karena itu merupakan awal pembukaan D'poer Pizza mendapatkan respon penjualan awal tahun yang cukup baik walau masih adanya *virus covid 19*. Kemudian penjualan di tahun 2021 adalah masih terjadinya masa *virus covid 19* namun masyarakat mulai mencari kembali kebutuhannya untuk berpergian, seperti mencari kuliner makanan dan minuman seperti halnya membeli produk D'poer Pizza, maka terjadi kenaikan sedikit dalam

penjualan di banding tahun sebelumnya. Dan di tahun 2022 merupakan masa *new-normal* dimana semua dunia kembali kepada kehidupannya dan dapat menyajikan dan mencari kebutuhan pangannya.

Dapat dilihat dengan data penjualan yang dimiliki D'poer Pizza dengan ruang lingkup *street food* yang terbatas mencapai keuntungan yang stabil dalam 3 tahun. Terlihat peluang dengan keuntungan yang stabil, D'poer Pizza dapat meningkatkan lebih lagi terhadap penjualannya. Terjadi perbedaan ketika di tahun 2020 dan 2022 namun ada kesamaan pada tahun 2021 dan 2022. Disebabkan karena setelah di tahun 2021 yaitu tahun 2022 masyarakat sudah boleh untuk beraktivitas kembali dan mulai mengikuti tren konsumen terkait makanan dan minuman pada saat tahun itu yang mempengaruhi dengan penjualan D'poer Pizza. karena pelaku bisnis pizza pada saat itu belum terlalu banyak.

Selain pada faktor internal penjualan, faktor eksternal juga mempengaruhi untuk dapat mengembangkan bisnis D'poer Pizza kembali. Seperti dengan adanya permintaan tamu yang menginginkan pelayanan secara *dine in* agar ingin lebih dapat menikmati pizza yang disuguhkan D'poer Pizza secara langsung.

Tabel 1. 2
SURVEY KETERTARIKAN
KONSUMEN D'POER PIZZAN = 62

NO.	PERNYATAAN	YA	TIDAK
1.	Konsumen D'poer Pizza masih tertarik dengan produk dan pelayanan D'poer Pizza	91,4%	8,6%
2.	Konsumen menginginkan pelayanan <i>dine in</i>	91,9%	8,1%

Sumber : Google form (2023)

Dan dapat disimpulkan berdasarkan survey sebanyak 62 responden dan analisis penelitian penulis bahwa konsumen masih tertarik dengan dengan produk dan pelayanan D'poer Pizza.

Maka penulis berencana untuk mengembalikan kembali D'poer Pizza seperti awal mulanya dengan memiliki konsep baru, dan pelayanan baru yang kemudian akhirnya memutuskan untuk menggunakan judul **“Pengembangan Bisnis D'poer Pizza di Bandung”**.

1. Deskripsi Bisnis

Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi, dan kreatifitas, Anoraga (2007:66). Jika semua wirausaha menerapkan teori tersebut dalam kehidupan berbisnis nya, maka besarlah harapan bisnis nya dapat berkembang sesuai dengan langkah dimulai, seperti bisnis yang semula nya skala kecil menjadi bisnis skala menengah atau bahkan bisa menjadi bisnis skala besar.

Maka, definisi pengembangan usaha adalah cara setiap pengusaha untuk dapat menghasilkan produk yang dibutuhkan

masyarakat, yang membutuhkan motivasi dan kreatifitas baru untuk membuat usahanya menjadi lebih besar.

Dalam mengembangkan bisnisnya, pemilik usaha memerlukan strategi yang dapat menjadi panduan bisnisnya untuk dapat mencapai tujuan jangka panjang dan pertumbuhan bisnis. Strategi disusun untuk mengurangi kegagalan dan memaksimalkan hasil, Philhartono (2012:13). Strategi pengembangan adalah proses merencanakan, membuat, dan mengevaluasi kembali rencana yang terstruktur untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pengembangan usaha menurut Hendro (2011) :

1. Mengembangkan dari sisi produknya
2. Mengembangkan dari sistem penjualannya
3. Mengembangkan dengan strategi integrasi (penyatuan)
4. Mengembangkan dengan sinergisme

Selain dengan strategi pengembangan usaha, penulis juga menemukan pengertian jenis pengembangan usaha untuk dijadikannya dasar dalam mengembangkan bisnis D'poer Pizza saat ini. Dan berikut jenis – jenis pengembangan usaha menurut Subagy (2008) :

1. Pengembangan Vertikal

Pengembangan Vertikal adalah perluasan usaha dengan cara membangun inti bisnis baru yang masih memiliki hubungan langsung dengan bisnis utamanya.

2. Pengembangan Horizontal

Pengembangan Horizontal adalah pengembangan usaha baru yang bertujuan memperkuat bisnis utama untuk mendapatkan keunggulan komparatif, yang secara *line* produk tidak memiliki hubungan dengan *core* bisnisnya,

Dengan adanya pengertian, jenis dan strategi pengembangan bisnis dari para ahli, dapat menjadi arahan dan bantuan untuk penulis untuk mengembangkan bisnis. D'poer Pizza akan menggunakan strategi pengembangan dari produk dan sistem penjualannya. Rencana pengembangan produknya akan di tambahkan variasi 3 menu baru yaitu jenis *Indonesian Pizza* dan pengembangan sistem penjualannya dengan melakukan sitem distribusi penjualan internal, berupa membuka outlet baru dalam bentuk *mini café*. Dan berikut adalah gambaran tentang rencana pengembangan yang akan dilakukan penulis :

Gambar 1. 1

RENCANA PENGEMBANGAN TEMPAT



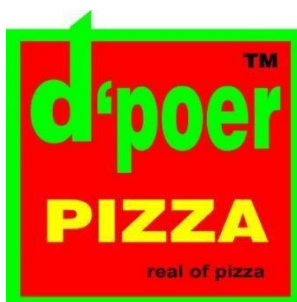
Sumber : Pinterest

Gambar 1. 2**RENCANA PENGEMBANGAN PRODUK**

Sumber : Google

Diharapkannya dengan hasil analisa dan kesimpulan yang dapat penulis dapatkan, bisnis D’poer Pizza memiliki dasar dan panduan untuk mencapai tujuan jangka panjang pertumbuhan bisnis, yang dapat untuk mengidentifikasi tantangan agar dapat beradaptasi, dan mengurangi risiko dalam perjalanan pengembangan bisnis untuk menghadapi perubahan pasar yang cepat dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1. 3**LOGO D’POER PIZZA**

Sumber : Data Perusahaan

“Logo adalah pusat aplikasi visual, tetapi untuk membangun visual merek yang kuat diperlukan juga elemen yang dapat membangun identitas secara bersama – sama”. Kartika dan Wijaya (2015:36). Dan “Elemen nama dalam

branding merupakan bahasan yang penting untuk diteliti. Sebuah nama *brand* dilihat sebagai salah satu elemen kunci yang berperan dalam ekuitas merek. Dan dapat disimpulkan dari pengertian yang tertera bahwa logo dan nama berperan dalam membangun identitas bisnis dan mengkomunikasikan secara tidak langsung mengenai nilai merek kepada pelanggan untuk mudah diingat. Ai dan Segev (2012:341).

D'poer Pizza dengan ketikan penulisan D'poer Pizza karena terlihat seperti bahasa gaul anak muda yang kekinian dan mudah diingat oleh para calon konsumen. Persegi atau kotak yang berada di luar tulisan memiliki arti mengenai keseimbangan perasaan stabilitas serta menggambarkan struktur dan kekokohan. Warna termasuk dalam hal utama dan memiliki dampak besar pada persepsi pelanggan terhadap merek dan produk kuliner dan menciptakan citra yang menarik dan menggugah selera makan. Warna merah, kuning dan hijau diambil dari asal muasal pizza dibuat yaitu dari negara Itali.

Selain itu dari personal warnanya bahwa warna merah yaitu menggambarkan rasa pedas dan panas dalam makanan dan memberikan kesan berani dan menggugah selera. Warna kuning dalam logo memberikan kesan segar atau fresh bahwa pizza diolah dan dibuat dengan adonan yang *fresh*. Dan warna hijau dikaitkan dengan makanan sehat seperti sayuran dan memberikan kesan alami dan segar pada makanan.

Maka gabungan antara warna merah kuning dan hijau akan menciptakan makna kesegaran dan kesehatan pada makanan yang memberikan energi dan kreativitas dalam memasak ataupun menyajikan makanan yang memiliki variasi rasa pada menu makanannya seperti rasa pedas, gurih dan rasa segar yang renyah. Dengan warna merah kuning dan hijau di tampilkan dengan warna ceria dan semangat diartikan sebagai bentuk semangat bekerja.

Dengan slogan "*real of pizza*" diartikan pizza sesungguhnya karena berasal dari pizza dengan adonan yang baru dan panas langsung dari oven, selain itu juga pembuatan pizzanya mulai dari adonan, *topping* dan pembakaran dilakukan dengan diperlihatkan langsung kepada konsumen.

2. Identitas Bisnis

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, membangun identitas bisnis yang kuat adalah kunci untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Identitas bisnis mencerminkan nilai-nilai, visi, misi dan keunikan yang membedakan suatu bisnis dari pesaingnya. Salah satu elemen utama dalam membangun identitas bisnis yang kuat adalah merek. Merek bukan hanya sekedar logo atau nama perusahaan, tetapi mencakup citra dan reputasi yang dihasilkan oleh interaksi bisnis dengan pelanggan. Merek adalah cerminan dari nilai-nilai inti bisnis, kualitas produk atau layanan, dan hubungan emosional yang terjalin dengan pelanggan. Dengan

memiliki merek yang kuat, bisnis dapat membangun kepercayaan, menginspirasi loyalitas pelanggan dan membedakan diri dari pesaing di pasar yang padat. Puspitasari, Annora Nindya Tri (2023)

D'poer Pizza memfokuskan untuk mengenalkan pizza dengan harga yang terjangkau, rasa yang nikmat dan mengunggah selera masyarakat. Konsep dari D'poer Pizza yang sudah ada dikenal dengan pelayanan yang ramah tamah dalam menyambut tamu yang menciptakan perasaan untuk kembali mengunjungi dan dengan hidangan pizza yang *fresh* langsung dari pemanggang yang ditampilkan secara langsung di depan tamu. Penjualan D'poer Pizza sendiri sudah memiliki tempat berjualan sejak 2020 dalam bentuk *street food* di Jalan Melong Raya No. 56, Kecamatan Cimahi Selatan, Kota Cimahi, Jawa Barat.

Dalam melakukan pengenalan dan penawaran, D'poer Pizza menggunakan dalam dua cara. Cara pertama yang dilakukan melalui media sosial yang sudah dimiliki. Salah satu media yang digunakan adalah Instagram @dapurpizza_resto. Memilih instagram dikarenakan diyakini bahwa instagram adalah platform sosial media yang paling populer dan sudah banyak digunakan kurang lebih dari 1,3 miliar pengguna yang tersebar di seluruh dunia dan Indonesia menempati peringkat ke-4 dalam penggunaan instagram.

Cara kedua untuk melakukan pemasaran adalah dengan cara mengikuti pameran *event* atau bazar khusus kuliner. Diyakinkan bahwa strategi ini merupakan cara yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dan memperluas jaringan bisnis.

Gambar 1. 4

LOKASI D'POER PIZZA



Sumber : Laman Google (2023)

Gambar 1. 5

STAND STREET FOOD



Sumber : Instagram D'poer Pizza

Gambar 1. 6
INSTAGRAM D'POER PIZZA



Sumber : Instagram (2023)

Gambar 1. 7
STAND EVENT



Sumber : Instagram D'poer Pizza

B. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan landasar dasar suatu perusahaan agar mampu mencapai tujuan yang diimpikan. Visi dan misi memiliki keterikatan satu sama lain, maka dari itu visi dan misi harus dibuat dengan jelas karena merupakan suatu gambaran mengenai masa depan perusahaan.

Kotler (2017:12) visi adalah “pernyataan tentang tujuan organisasi yang diekspresikan dalam produk dan pelayanan yang ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang diperoleh serta aspirasi dan cita-cita masa depan”. Sedangkan misi menurut Edison dkk (2018:26) adalah “pernyataan-pernyataan yang menyatakan fungsi pokok yang menjadi alasan keberadaan organisasi”.

Visi :

Menjadi pizza lokal terbaik dan diakui di Bandung.

Misi :

1. Memastikan dan menjaga kualitas dari setiap produk yang dibuat.
2. Menawarkan berbagai menu pizza dengan harga terbaik (Mulai dari Rp. 20.000).
3. Melayani pelanggan dengan ramah dan segenap hati.
4. Memperluas segmen pasar dengan mengincar wilayah baru dan target pasaryang berbeda.

5. Inovasi dan pengembangan terkait menu dengan menghadirkan rasa dan variasi baru.

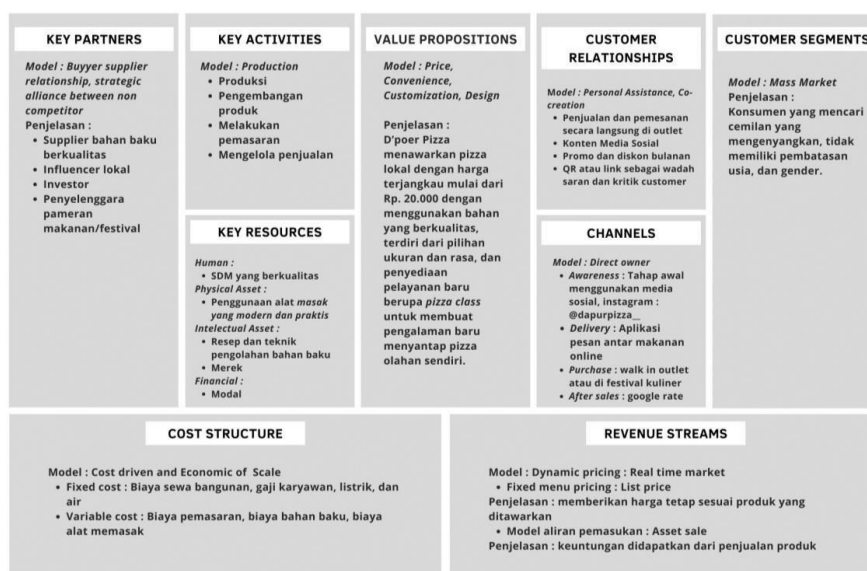
C. Gambaran Umum Model Bisnis

Model bisnis adalah sebuah alat untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai, Osterwalder dan Pigneur (2010).

Terdapat 9 elemen yaitu : Segmen Pelanggan (*Customer Segment*), Porsi Nilai (*Value Proposition*), Jaringan (*Channel*), Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*), Aliran Dana (*Revenue Stream*), Sumber Daya Kunci (*Key Resources*), Kegiatan Inti (*Key Activities*), Kemitraan Kunci (*Key Partners*) yang akan menjelaskan bisnis secara singkat, sederhana dan jelas, untuk menentukan tujuan dan strategi bisnis yang dimiliki suatu perusahaan.

Gambar 1. 8

BMC (Business Model Canvas)



Sumber : *Olahan Penulis (2023)*

D. SWOT Analisis

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal kemudian kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal, Galavan (2014).

Berdasarkan teori tersebut, dapat disimpulkan dan di identifikasikan bahwa SWOT akan membantu tujuan perusahaan dalam mencapai visi dan misi. dan juga menjadi salah satu faktor untuk menentukan strategi terkait masalah bisnis dan proyek berdasarkan faktor eksternal dan internal. Dan berikut analisis penulis mengenai bisnis usaha D'poer Pizza :

1. *Strength* (Kekuatan)

- Menawarkan pizza lezat dengan harga yang terjangkau (mulai dari Rp. 20.000)
- Bahan baku yang berkualitas
- Memiliki cita rasa yang khas
- Cakupan kemitraan lebih luas dengan melalui *event culinary*
- Harga yang berbeda dari para pesaing

2. *Weakness* (Kelemahan)

- Kurangnya variasi menu
- Hanya baru menerima pelayanan secara *take away*
- Desain tempat yang kurang menarik.
- Kurang melakukan promosi
- Resiko lokasi mengenai cuaca

3. *Opportunity* (Peluang)

- Banyak digemari oleh semua kalangan
- Makanan internasional yang sudah banyak dikenal
- Menarik konsumen dengan penawaran khusus

4. *Threats* (Ancaman)

- Persaingan kuat dengan salah satu *brand* pizza luar yang sudah terkenal
- Pesaing yang memiliki lebih banyak keanekaragaman menu
- Tempat pesaing yang lebih bagus, bersih dan kekinian

Tabel 1. 3
MATRIKS SWOT D'POER PIZZA

SWOT	STRENGTH	WEAKNESS
	<p>STRENGTH :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan pizza lezat dengan harga yang terjangkau (mulai dari Rp.20.000) • Aman dikonsumsi untuk semua kalangan. • Bahan baku yang berkualitas • Memiliki cita rasa yang khas • Cakupan kemitraan lebih luas dengan melalui <i>event culinary</i> • Harga yang berbeda dari para pesaing 	<p>WEAKNESS :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya variasi menu • Hanya baru menerima pelayanan secara <i>take away</i> • Desain tempat yang kurang menarik. • Kurang melakukan promosi • Resiko lokasi mengenai cuaca
<p>OPPORTUNITY :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak digemari oleh semua kalangan • Makanan internasional yang sudah banyak dikenal • Menarik konsumendengan penawaran khusus 	<p>S-O :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tetap mempertahankan untuk menawarkan pizza lezat dengan harga yang berbeda dari para pesaing. • Menjaga agar produk tetap berkualitas 	<p>W-O :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penambahan variasi menu • Mengembangkan pelayanan <i>dine in</i> • Menggunakan platform media sosial untuk melakukan promosi • Melakukan pencegahan terkait cuaca

Tabel 1. 3
MATRIKS SWOT D'POER PIZZA
(Lanjutan)

<p>THREATS :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan kuat dengan salah satu brand pizza luar yang sudah terkenal • Pesaing yang memiliki lebih banyak keanekaragaman menu • Tempat pesaing yang lebih bagus, bersih dan kekinian 	<p>S-T :</p> <p>Mengembangkan jenis produk dengan cita rasa yang tidak dimiliki kompetitor</p>	<p>W-T :</p> <p>Melakukan perkembangan baru dengan menyediakan tempat baru untuk di desain ulang agar tempat bisa lebih kekinian dan terhindar dari resiko cuaca.</p>
--	---	--

Sumber : Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Menurut Stantaon dalam Firmansyah (2019:3) produk dapat diartikan “sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dalam sebuah bentuk dapat diidentifikasi. Sedangkan secara luas, produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang didalamnya mencakup warna, kemasan, harga, presise pengencer, dan pelayanan dari pabrik dan pengencer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sebuah hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya”.

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa produk dapat berupa menjadi barang atau jasa

yang memiliki manfaat kepada pembeli. mengenai informasi rinci tentang produk yang ditawarkan agar pembeli dapat membeli dan memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Usaha kuliner D'poer Pizza sudah menjual dan memproduksi pizza selama 12 tahun. Dipromosikan kepada konsumen bahwa tersedia pizza yang dijual dengan rasa nikmat dan harga yang pas untuk semua kalangan. Bahan dasar yang digunakan D'poer Pizza adalah tepung terigu dengan tambahan resep rahasia lainnya, yang kemudian ditampilkan akhirnya ditambahkan *topping*, seperti ayam, daging sapi, sosis, daging asap, dan beberapa sayuran tambahan seperti bawang bombay dan paprika hijau, dan tidak lupa menaruh keju mozzarella dan biji wijen untuk menambahkelezatan pada pizza yang sudah dimasak.

D'poer Pizza menawarkan sajian pizza dalam berbagai rasa dan bentuk yang berbeda – beda yang akan memudahkan konsumen untuk memilihnya. Contoh menu yang sudah ditawarkan adalah rasa *chicken sosis, burger sosis, triple beef, super classic*, dan *chicken barbeque* dan juga beberapa bentuk dalam satu loyang *small, medium dan large*.

Gambar 1. 9
MENU D'POER PIZZA



Classic Pizza	SMALL	MEDIUM
BURGER & SOSIS <small>(Dus Bombay, Burger, beef, sosis)</small>	23.000	36.000
SOSIS & CHICKEN <small>(Dus Bombay, Chicken, beef, sosis)</small>	23.000	38.000
CHICKEN BBQ <small>(Dus ac, Dus Bombay, chicken)</small>	23.000	43.000
TRIPLE BEEF <small>(Dusgar, ground beef, beef, sosis)</small>	23.000	46.000
SUPER CLASSIC <small>(Dus Bombay, chicken, burger, ground beef, paprika)</small>	23.000	48.000

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1. 10
DISPLAY PIZZA



Sumber : Data Perusahaan

Dan untuk pengemasan *take away* D'poer Pizza sudah mempersiapkan kemasan yang tepat. Dus atau kotak merupakan standar dalam pengemasan pizza. Dus akan membantu menjaga kualitas dan tampilan pizza selama pengemasan, selain itu juga dus atau kotak pizza membantu dalam menjaga kebersihan pizza dari permukaan yang tidak bersih.

Gambar 1. 11

KEMASAN D'POER PIZZA UKURAN MEDIUM

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1. 12

KEMASAN D'POER PIZZA UKURAN SMALL

Sumber : Data Perusahaan

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah sebuah kegiatan dalam mengelola ataupun memproduksi sebuah produk dengan memanfaatkan berbagai sumber daya alam untuk kemudian didistribusikan secara luas, Sumarni Murti (2003).

Kepemilikan dan jenis usaha D'poer Pizza merupakan jenis Perusahaan Perseorangan. Maksud dari Perusahaan Perseorangan adalah bahwa bisnis ini didirikan, dimiliki dan dioperasikan oleh satu orang dan pemilik akan

bertanggung jawab secara penuh atas semua aspek bisnis yang terjadi. Keuntungan dari jenis usaha perseorangan adalah memiliki kontrol penuh atas bisnis dan fleksibel ataspenyesuaian dan perubahan bisnis sewaktu – waktu.

G. Aspek Legalitas

Legalitas usaha atau biasa disederhanakan dengan perizinan usaha adalahjati diri dimana dengan adanya izin ini menjadi pengesahan usaha dalam skala umum dan publik yang didalamnya mencerminkan jati diri dari usaha tersebut, Purnawan Amin dan Abdillah Ummu (2020).

Pentingnya untuk memahami dan mematuhi semua persyaratan izin usaha. Tujuan memiliki izin usaha adalah bentuk sebuah perlindungan baik untuk bisnis itu sendiri, konsumen, masyarakat, dan pihak – pihak yang terkait lainnya. Harapannya agar usaha atau perusahaan dapat tertib dalam menciptakan pemerataan kesempatan kerja dan menciptakan keseimbangan perekonomian dan perdagangan. Berikut didukungnya data kelengkapan yang dimiliki bisnis usaha D’poer Pizza :

Gambar 1. 13

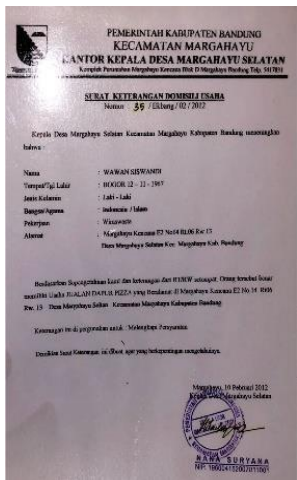
SURAT KETERANGAN TERDAFTAR



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1. 14

SURAT KETERANGAN TERDAFTAR DOMISILI USAHA



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1. 15

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1. 16

BUKTI SEWA LAHAN/TEMPAT



Sumber : Data Perusahaan

Dari data izin yang tertera, disimpulkan bahwa usaha D'poer Pizza sudah memiliki hak paten dan legal untuk berbisnis. Namun untuk membuka usaha dalam bentuk *mini cafe* izin yang sudah ada masih belum mencukupi. D'poer Pizza harus mengatur dan memiliki data seperti :

- a) Pembaharuan hak paten merk dagang
- b) Pembaharuan sertifikat halal
- c) Izin gangguan (HO)
- d) Surat pernyataan pengelolaan lingkungan

Dengan melengkapi semua ketentuan surat legal, maka usaha bisnis D'poer Pizza bisa menjalankan usaha secara legal dan sesuai dengan peraturan yang berlaku dan pastinya pemerintah akan melindungi hak usaha untuk beroperasi tanpa campur tangan atau gangguan dari pihak yang tidak sah.