

# **BAB I**

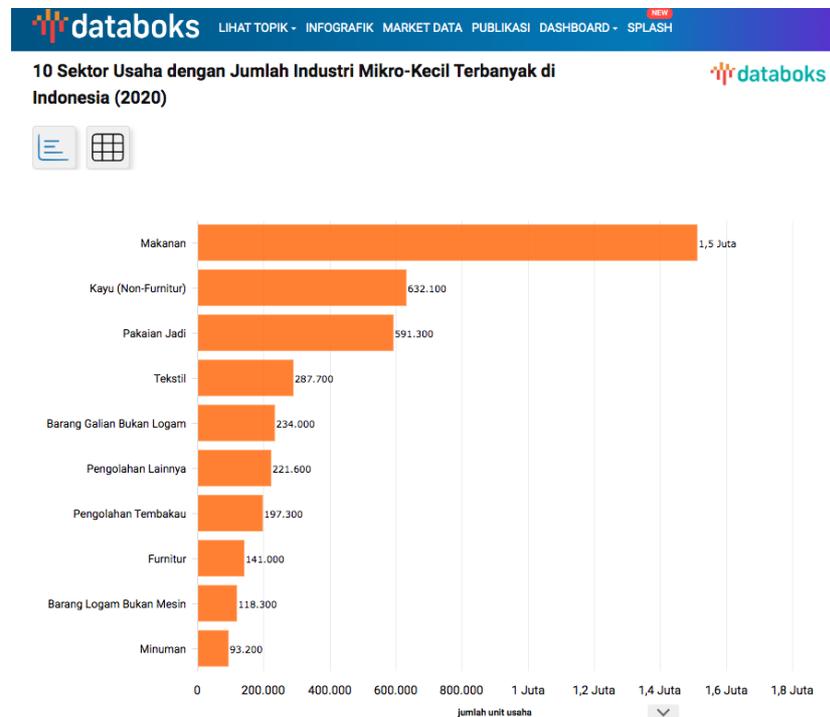
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan suatu perjalanan menuju lingkungan baru atau diluar lingkungan tempat tinggal seseorang dengan tujuan mendapatkan pengalaman baru melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan di lingkungan tersebut. Dalam pelaksanaannya, kegiatan pariwisata ini dapat dilakukan oleh wisatawan dalam jumlah seseorang atau dalam bentuk grup besar (Supriadi & Roedjinandari, 2017). Pariwisata akan selalu memerlukan dukungan dari berbagai macam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan para pelaku wisata atau wisatawan. Fasilitas tersebut dapat berupa akomodasi, jasa, transportasi, dan banyak lagi yang dimana salah satunya adalah penyedia jasa dan boga (Utama, 2015). Jasa dan boga merupakan salah satu sarana penyedia makanan dan minuman dalam kegiatan kepariwisataan. Makanan dan minuman yang disediakan sangat beragam dan terkadang menyesuaikan dengan beberapa budaya atau makanan dan minuman tradisional di daerah wisata tersebut. Hal ini melahirkan wisata kuliner yang dimana daya tarik wisatanya terdapat pada keanekaragaman makanan dan minuman yang ditawarkan kepada wisatawan (Soegiarto, 2018).

Kuliner sendiri berkembang secara pesat menjadi salah satu bisnis penopang perekonomian, terutama di Indonesia. Bentuk atau wujud usaha kuliner di Indonesia, didominasi oleh usaha berbasis UMKM (Usaha mikro, kecil, dan menengah). Berikut di bawah ini merupakan statistik yang menunjukkan dominasi usaha mikro di sektor kuliner terhitung pada tahun 2020 :

**Gambar 1**  
**Statistik Usaha Industri Mikro-Kecil**  
**Terbanyak di Indonesia (2020)**



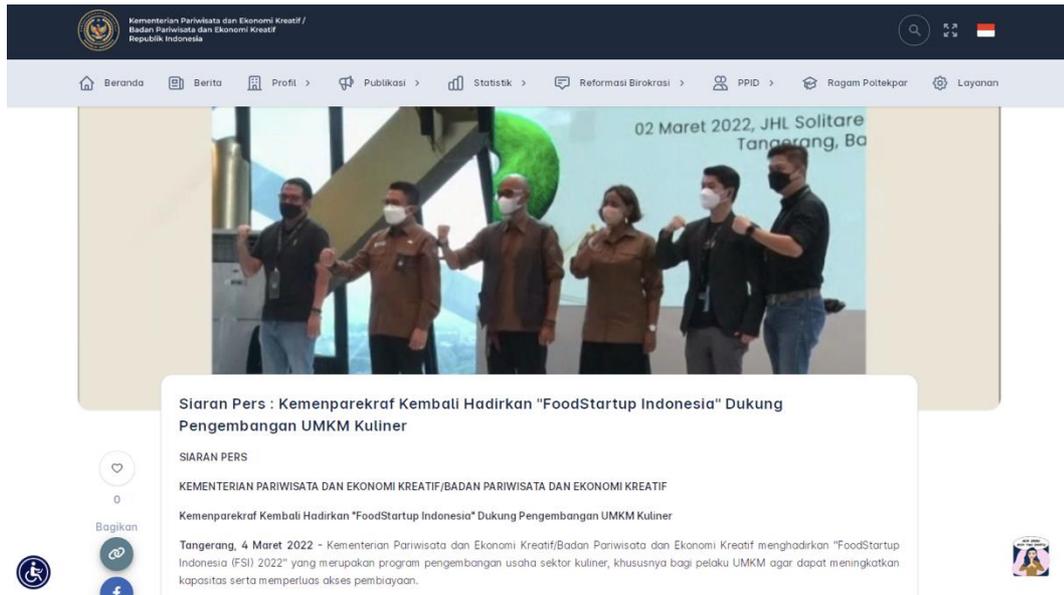
Sumber : [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Dapat dilihat, bahwa pada tahun 2020 sebelum pandemi Covid-19, usaha mikro di sektor kuliner memiliki peningkatan yang sangat pesat dibandingkan dengan sektor lainnya. Hal ini membuktikan bahwa sektor kuliner memiliki potensi sangat besar yang masih dapat terus digali.

Selain daripada itu, sektor kuliner menunjukkan kemampuan dalam pelaku usaha khusus di jenis usaha UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki sistem manajemen yang tergolong lebih mudah atau kecil dan modal yang lebih terjangkau oleh para pelaku usaha. Selain itu, UMKM memiliki daya serap tenaga kerja yang cukup besar, bahkan di tahun 2023 tercatat bahwa jenis golongan usaha ini menyentuh persentase penyerapan tenaga kerja kurang lebih 97% dan kontribusi sebagai penyumbang terhadap PDB negara mencapai kurang lebih 60% (Limanseto, 2022). Keuntungan ini mendapat perhatian dari pemerintah sehingga UMKM di sektor kuliner terus mendapat dukungan, dengan begitu jenis usaha di sektor ini memiliki peluang dan masa depan yang cukup cerah di Indonesia. Seperti salah satu contohnya, kegiatan foodstartup yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Kegiatan tersebut dikhususkan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha di sektor kuliner baik dalam sistem yang lebih integritas, penggunaan sistem digital, pemasaran, dan segala komponennya (Hendriyani, 2022).

## Gambar 2 Kegiatan *Foodstartup* Oleh Kemenparekraf RI



Sumber : [kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id)

Berdasarkan data dan penjelasan yang telah di sampaikan di atas, penulis memiliki ide untuk membuat perencanaan usaha di sektor kuliner berupa *Chinese food* dengan menggunakan *food truck*. Adapun, ide ini lahir dengan melihat adanya peluang beserta prospek industri kuliner di masa yang akan datang.

*Chinese food* sendiri merupakan makanan khas yang mengusut kepada salah satu tradisi atau budaya China. Indonesia yang kaya akan budaya dan tradisi beserta sejarah panjang sudah tidak asing dengan salah satu jenis makanan ini, terlebih lagi makanan ini sudah dianggap sebagai makanan lokal. Banyaknya masyarakat dengan keturunan China (atau sekarang disebut sebagai Tionghoa) di Indonesia membuat *chinese food* tersebar luas dan menjadi salah satu favorit pilihan kuliner. Globalisasi juga menjadi salah satu faktor yang membuat makanan ini *blend* dengan tatanan masyarakat.

Bakmi, Capcay, Kwetiau, dan berbagai macam tumisan merupakan beberapa dari banyaknya jenis hidangan yang berasal dari negeri tirai bambu yang dapat ditemui hampir di banyak kota di Indonesia. Makanan yang dibuat menggunakan metode memasak yang dikenal sebagai *wok style*, menunjukkan percampuran bumbu yang ditumis dan disajikan dengan ciri khas porsi besar untuk dapat disantap bersama di meja makan. Hal ini merupakan salah satu keunikan dari setiap *Chinese food restaurant*, dimana menu yang dipesan merupakan menu *platter* atau *sharing* untuk dinikmati oleh dua sampai beberapa orang. Tetapi di sisi lain, tidak semua penyajian dengan porsi seperti ini menjadi pilihan banyak orang. Banyaknya peminat *Chinese food* dari berbagai kalangan membuat sebagian orang merasa kerepotan ketika ingin menikmati *chinese food* tetapi hanya untuk porsi kecil. Di tambah lagi, kesibukan aktivitas membuat seseorang memilih makanan yang dapat dikonsumsi dengan kemasan lebih mudah atau berkonsep *grab and go*, yang dimana pada umumnya *chinese food* memiliki konsep berbanding terbalik, mengharuskan pelanggan duduk dan menikmati makanan yang disajikan di atas meja dengan piring dan peralatan lainnya. Tidak hanya sampai di keinginan para pelanggan yang ingin menikmati *chinese food* dengan penyajian waktu dan kemasan lebih praktis, namun keinginan memodifikasi makanan atau perpaduan menu sesuai selera menjadi salah satu hal yang juga jarang ditawarkan oleh *chinese food restaurant*.

Beralih ke *food truck*, jenis usaha kuliner dengan memanfaatkan kendaraan ini sudah cukup populer dan dapat ditemukan di banyak tempat. Sifatnya yang fleksibel membuat *food truck* menjadi pilihan pelaku usaha dan pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli produk makanan dan minuman. Di Indonesia sendiri, *food truck* masih terus menjadi salah satu *trend* kuliner dan dapat dikatakan menjanjikan. Banyaknya *event* yang melibatkan konsep usaha *food and beverage* ini, kemudian gaya hidup perkotaan yang praktis dan mengutamakan efisiensi membuat *food truck* menjadi alasan utama masih bertahan dan terus berkembang di Indonesia (Ernanda, 2023).

Seperti pada salah satu kota satelit yaitu BSD City, Tangerang Selatan yang memiliki jumlah populasi cukup banyak, tercatat sebanyak 1.747.906 per tahun 2019 dan terus mengembangkan segala fasilitas untuk menunjang kebutuhan para masyarakat sekitar. Berdasarkan usaha golongan UMKM di sektor kuliner, tercatat terdapat kurang lebih 55.000 usaha, namun hal ini akan terus bertambah seiring dengan wilayah pembangunan BSD City yang diperkirakan akan bertambah seluas 4.700 hektar pada tahun 2035 yang dimana potensi peluang bisnis terus berkembang dan menjadi beragam (Satu Data Tangsel, 2022). Selain itu, BSD City yang gemar membuat *event* baik itu skala besar atau kecil, kerap kali melibatkan kehadiran *food truck* sebagai salah satu alternatif penyedia jasa dan boga bagi para pengujung *event*. Saat ini BSD City sedang membangun pusat kuliner nusantara terbesar di wilayah tersebut, berdekatan dengan Cimory Dairyland, City Zoo, EASTVARA, dan Grand Lucky Superstore membuatnya menjadi salah satu prospek peluang menjanjikan (Ruhlessin, 2023)

Melihat permasalahan di atas, maka penulis ingin membuat perencanaan usaha *chinese food* dengan nama *Nai Nai Chinese Food* di sekitaran wilayah BSD City. Pada perencanaan usaha ini, penulis akan memadukan konsep *food truck*, *grab and go*, dan *customer choice* (pelayanan yang memungkinkan para pelanggan untuk memodifikasi menu) dalam bentuk melahirkan solusi terhadap pelayanan atau penyajian yang jarang ditemui pada usaha kuliner bertema *chinese food*.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Nai Nai Chinese Food merupakan sebuah usaha makanan yang berbentuk *food truck* dengan lingkup kecil, memiliki jenis makanan berfokus pada Chinese food, dan memadukan konsep antara *fast food* dengan *customer choice*. *Fast food* sendiri akan menjadi konsep utama dalam usaha makanan ini, dikarenakan Nai Nai Chinese Food akan berfokus pada pelayanan yang cepat, efektif, dan efisien tanpa memerlukan waktu yang cukup lama untuk proses

produksi hingga tahap penyajian makanan kepada pelanggan. Pelanggan yang ditargetkan oleh Nai Nai Chinese Food adalah mereka yang ingin makan namun tidak memiliki waktu banyak atau mengharapkan pelayanan yang sederhana dan cepat atau *grab and go*. Kemasan produk yang dibuat telah disesuaikan agar para pelanggan dapat membawa dan memakan makanan mereka dimanapun. Proses alur pelayanan akan dimulai ketika pelanggan mulai memesan makanan di kasir. Kasir akan memberikan pelayanan kepada pelanggan dimulai dari penyambutan, pemberian informasi mengenai menu, proses pembayaran, dan penyampaian produk yang sudah dipesan kepada pelanggan.

Di sisi lain, *customer choice* merupakan konsep pemesanan dimana pelanggan dapat memilih sendiri kombinasi antara karbohidrat, protein, saus, dan serat. Hal ini yang merupakan menjadi salah satu *unique selling point* pada *food truck* Nai Nai Chinese Food, dimana pada umumnya *Chinese food* restoran memberikan penyajian makanan bersifat platter atau untuk porsi besar. Produk yang ditawarkan merupakan makanan Chinese classic dengan metode memasak *wok style*. Selain itu saus pada makanan menjadi kunci utama dalam memberikan citra rasa yang terbaik terutama dalam memberikan sensasi terhadap ciri khas *Chinese food*. Tempatnya yang kecil dan lokasi yang berdekatan dengan sekolah membuat *food truck* Nai Nai Chinese Food berpeluang mendapatkan target pelanggan yang sesuai dengan yang diharapkan.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

### Gambar 3

#### Logo Nai Nai Chinese Food



Sumber : Olahan data penulis, 2023

Logo yang dibuat oleh penulis merupakan desain yang sederhana dan menggambarkan suasana jaman dahulu seperti pada umumnya kedai Chinese food yang identik dengan atmosphere kedai tua. Di dalam logo, hanya terdapat tulisan Nai Nai dalam penulisan bahasa Indonesia dan Mandarin beserta keterangan Chinese Food dalam penulisan bahasa Indonesia untuk menunjukkan bahwa *food truck* tersebut merupakan *speciality Chinese food*. Warna merah yang digunakan merupakan simbol atau penggambaran sebagaimana budaya *Chinese* diartikan dalam sebuah warna. Pada sisi lainnya, warna biru yang digunakan bertujuan untuk menciptakan tone yang kontras sehingga pelanggan dapat melihat perbedaan dan fokus makna pada logo usaha.

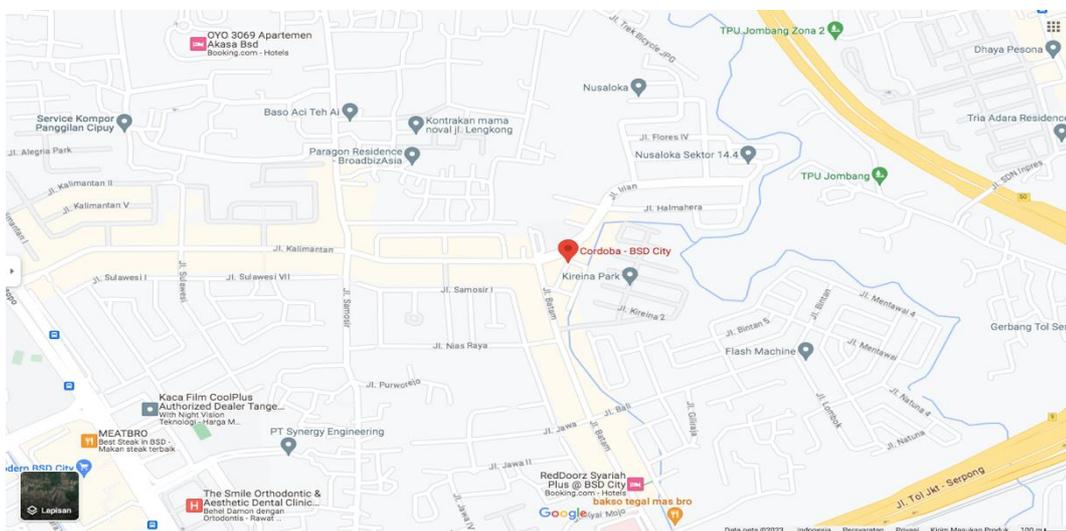
Berdasarkan pada nama, Nai Nai merupakan bahasa Mandarin yang memiliki arti nenek. Nama ini dipilih dengan tujuan untuk menceritakan bahwa umumnya pada budaya *Chinese*, masakan seorang nenek di dalam sebuah keluarga merupakan masakan yang terkenal lezat dan dibuat dengan sepenuh hati. Hal ini selaras dengan harapan seluruh menu pada Nai Nai Chinese Food dapat menjadi pilihan *Chinese food* para pelanggan.

## 3. Identitas Bisnis

Seperti yang dijelaskan pada sub bab sebelumnya, *Food Truck* Nai Nai Chinese Food akan berlokasi di tempat yang strategis yaitu di Plaza Cordoba, Jalan Batam, Rw. Mekar Jaya, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasi ini dikatakan strategis dikarenakan pada lokasi ini terdapat banyak aktivitas warga seperti adanya sekolah, pusat perbelanjaan, dan pertokoan lain untuk kebutuhan para masyarakat sekitar. Adapun di bawah ini merupakan perencanaan lokasi *Food Truck* Nai Nai Chinese Food :

#### Gambar 4

#### Lokasi Nai Nai Chinese Food



Sumber : Olahan data penulis, 2023

Pada gambar di atas, dapat dilihat lokasi perencanaan usaha kuliner Nai Nai Chinese Food berada tepat berdekatan dengan Cordoba BSD City yang dimana lokasi ini memiliki titik strategis dan juga pusat keramaian. Di sisi lain, tepat di seberang lokasi terdapat sebuah sekolah yang dimana ini merupakan salah satu potensi peluang di siang hari ketika para orang tua murid umumnya datang dan menunggu di sekitaran sekolah untuk menjemput anaknya.

### C. Visi dan Misi

#### 1. Visi

Menurut Noor (2020), dalam sebuah perusahaan baik kecil maupun besar diperlukan adanya sebuah visi dan misi. Dengan adanya visi, sebuah perusahaan akan dapat mengendalikan cakupan

operasinya dan melihat sejauh mana perusahaan itu akan melangkah. Selain itu, visi dapat mengarahkan atau menjadi sebuah arah tujuan terhadap perusahaan yang sekaligus menjadikan perusahaan ini berbeda dengan perusahaan lainnya. Dalam hal ini, visi selalu bersifat jangka panjang dan dapat menguraikan produk atau jasa yang akan diberikan. Strategi sebuah perusahaan yang diambil dapat dikatakan hasil dari sebuah visi yang telah dibuat.

Berdasarkan penjelasan tersebut, diketahui bahwa penting bagi sebuah perusahaan memiliki visi agar perusahaan tersebut dapat berjalan dan beroperasi sesuai arah dan tujuan yang jelas. Begitupula dengan usaha Nai Nai Chinese Food yang merupakan salah satu bisnis atau usaha yang tergolong sebagai UMKM perlu memiliki visi. Adapun, visi yang telah dibuat oleh penulis sekaligus pemilik usaha sebagai berikut :

- **Menjadi usaha Chinese food berbasis *fast food* dan *food truck* yang menawarkan konsep *customer choice* terfavorit di Indonesia.**

## 2. Misi

Menurut Noor (2020), misi merupakan operasionalisasi dari sebuah visi yang telah dibuat. Sehingga, jelas bahwa misi adalah sebuah tahapan cara atau proses yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mencapai visinya. Dalam pembuatan misi, maka sebuah perusahaan perlu memikirkan atau memiliki tolak ukur agar misi yang dibuat tidak melebihi kapasitas kemampuan dari perusahaan. Dalam hal ini, Nai Nai Chinese Food telah merangkum dan membuat misi yang akan digunakan saat beroperasi, adapun sebagai berikut di bawah ini :

- **Selalu memastikan mutu dan kualitas produk beserta pelayanan sesuai dengan standar yang telah berlaku.**

## D. SWOT Analysis

Analisis *SWOT* merupakan sebuah metode pengukuran, strategi, atau bisa disebut sebagai instrumen dalam melihat dan mengukur sebuah

peluang keberhasilan suatu perusahaan beserta dengan meminimalisirkan kerugian yang akan terjadi. Dalam metode ini, pengukuran dilakukan dengan cara menggunakan indikator yang dapat diuraikan dari SWOT atau *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Indikator ini berperan sangat penting dalam mengenali apa yang dimiliki dan tidak dimiliki sebuah perusahaan, sehingga hal tersebut menjadi bekal untuk perusahaan tersebut menciptakan strategi yang efektif dan efisien (Wijayati, 2019).

Dalam penerapannya sendiri, analisis SWOT dapat dilakukan oleh perusahaan atau bisnis dari golongan dan kalangan beragam, seperti pada UMKM. Oleh karena itu penting bagi Nai Nai Chinese Food mengetahui keempat komponen metode ini dengan tujuan menciptakan strategi perusahaan yang efektif. Adapun di bawah ini merupakan SWOT Analysis yang dimiliki oleh Nai Nai Chinese Food sebagai berikut :

**Tabel 1**

**SWOT Analysis Nai Nai Chinese Food**

<b>STRENGTH</b>	<b>WEAKNESS</b>
Berlokasi strategis di Plaza Cordoba, BSD City.	Tempat yang kecil, sehingga tidak memungkinkan untuk menampung pelanggan <i>dine-in</i> yang banyak.
Konsep yang ditawarkan adalah <i>customer choice</i> dan berbeda dengan <i>Chinese Food restaurant</i> pada umumnya.	Area parkir yang terbatas.
Pelayanan yang ditawarkan adalah cepat saji atau <i>grab and go</i> yang pada umumnya bukan menjadi ciri khas <i>Chinese Food restaurant</i> .	Merupakan usaha baru dengan konsep tergolong unik sehingga perlu penyesuaian antara produk dan pelanggan.
Harga yang ditawarkan tergolong terjangkau di lingkungan tersebut dengan menu yang komplit dari beberapa komponen (Karbohidrat, protein, saus, serat, dan minuman).	
<b>OPPORTUNITIES</b>	<b>THREATS</b>
Memberikan pengalaman baru terhadap konsep yang tidak umum pada <i>Chinese Food restaurant</i> .	Konsep bisnis yang mudah ditiru oleh pesaing atau pelaku usaha lain.
Memberikan kesempatan pada para pelanggan untuk membeli <i>Chinese Food</i> dengan pilihan lengkap tanpa harus porsi <i>platter</i> .	Bahan-bahan produk yang memiliki harga fluktuatif memungkinkan perubahan harga di kondisi tertentu.
Harga terjangkau untuk kategori <i>Chinese Food</i> .	Banyaknya pelaku usaha yang berfokus di <i>Chinese Food</i> memungkinkan persaingan akan menjadi ketat.

Sumber : Olahan data penulis, 2023

*SWOT analysis* didapat oleh penulis berdasarkan referensi melalui observasi dan kuisioner mengenai perencanaan usaha yang disebar secara acak kepada masyarakat sekitar BSD City.

### **E. Spesifikasi Produk/Jasa**

Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis, maka hal yang perlu diperhatikan salah satunya adalah produk dan jasa yang ditawarkan kepada para pelanggan. Perusahaan perlu menentukan produk dan jasa seperti apa yang layak disajikan kepada para pelanggan, dimulai dari awal proses produksi, kemasan yang akan digunakan, cara penyampaian produk serta jasa, sampai dengan bagaimana para pelanggan dapat menikmati produk atau jasa tersebut (Munawaroh, Rimiati & Hindasah, 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka usaha Nai Nai Chinese Food telah memikirkan lebih lanjut terhadap produk dan jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan. Terkait produk, Nai Nai Chinese Food memiliki total 8 menu dengan 3 pilihan karbohidrat, 4 pilihan protein, 4 pilihan saus, dan 4 pilihan sayur beserta 2 pilihan minuman yang dapat dikombinasikan sesuai pilihan pelanggan masing-masing. Di sisi lain, jasa atau pelayanan yang diberikan berupa *self-service*, dimana para pelanggan langsung ke kasir dan dapat memesan langsung serta bertanya semua informasi mengenai menu dan usaha beserta rekomendasi di kasir. Produk yang dipesan oleh pelanggan baik itu untuk keperluan *take away* atau *dine-in* telah dikemas dengan kemasan yang praktis dilengkapi dengan alat makanan sehingga dapat memudahkan para pelanggan mengonsumsi makanan dan minuman dimanapun mereka mau.

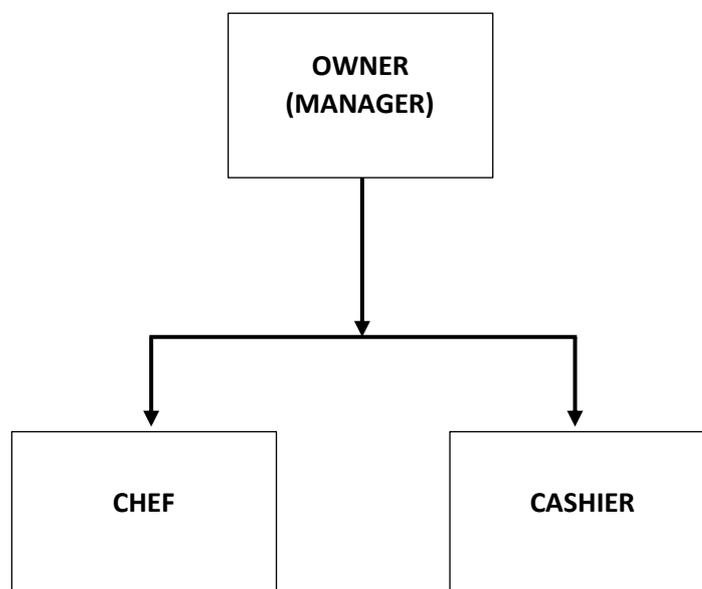
### **F. Jenis/Badan Usaha**

Dalam sebuah usaha atau bisnis, terdapat banyak kategori dan kelas dalam menentukan besar atau kecil lingkup usaha atau bisnis tersebut. Seperti yang dijelaskan dalam latar belakang Nai Nai Chinese Food, maka badan usaha ini tergolong dalam UMKM atau lebih tepatnya usaha mikro. Usaha mikro sendiri merupakan badan atau jenis usaha yang bersifat produktif dengan indikator kekayaan secara bersih paling banyak sebesar Rp 50.000.000,- di luar tanah dan bangunan. Selain itu, adapun pemasukan yang didapatkan dari penjualan paling banyak sebesar Rp 300.000.000,- Hal ini pun sudah ditekankan dalam UU no. 20 tahun 2008 mengenai UMKM itu sendiri (Listyaningsih & Alansori, 2020).

Nai Nai Chinese Food memulai usaha ini dari tahap jenis badan usaha paling kecil, namun dengan perencanaan bisnis yang terus dikembangkan seiring berjalan waktu, besar harapan penulis bahwa Nai Nai Chinese Food akan melakukan pengembangan usaha baik itu dalam buka cabang atau bisnis waralaba.

Seperti perusahaan pada umumnya, Nai Nai Chinese Food memiliki struktur personalia yang akan digunakan dalam berjalannya operasional. Tujuan dari penggunaan struktur ini adalah untuk membuat adanya kejelasan tanggung jawab, kejelasan kedudukan dan organisasi, kejelasan jalur hubungan antara masing-masing hirarki, dan kejelasan uraian tugas, dengan begitu, maka badan usaha ini dapat berjalan dengan terstruktur dan lancar (Aditama, 2020). Adapun Nai Nai Chinese Food menggunakan struktur organisasi berdasarkan garis sebagaimana di bawah ini :

**Gambar 5**  
**Struktur Personalia Nai Nai Chinese Food**



Sumber : Olahan data penulis, 2023

Bagan struktur personalia dibuat berdasarkan analisis kebutuhan mendasar usaha yang terbilang cukup kecil.

Seperti pada gambar di atas, maka didapati Nai Nai Chinese Food membutuhkan 3 posisi karyawan yang terdiri dari , *chef*, dan *cashier*. Posisi karyawan ini akan memberikan peran yang sangat dibutuhkan, baik itu

dalam operasional atau manajemen. Dalam keterangan lebih lanjut, di bawah ini penulis menjelaskan secara garis besar peran atau *job desk* yang akan dimiliki oleh *owner* selaku *manager* dan setiap karyawan berdasarkan posisi atau jabatan yang dimiliki :

1. *Manager* : Merupakan otoritas tertinggi dan bertanggung jawab penuh terhadap segala aktivitas atau kegiatan operasional beserta manajemen Nai Nai Chinese Food.
2. *Chef* : Merupakan posisi yang bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan operasional di dapur. Dimulai dari proses pembuatan produk, *inventory*, *purchasing*, dan sebagainya.
3. *Cashier* : Merupakan posisi yang bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan operasional di *cashier*. Dimulai dari proses transaksi dengan pelanggan, penyampaian atau penjelasan produk, dan sebagainya.

#### **G. Aspek Legalitas**

Dalam membuat sebuah jenis atau badan usaha, diperlukan adanya legalitas sebagai bentuk kelayakan dan kesahan berdirinya usaha tersebut. Proses pembuatan legalitas ini membutuhkan dokumen dan persyaratan yang kemudian akan diproses melalui pelayanan terpadu satu pintu (PTSP) oleh pemerintah daerah. Adapun berkas atau dokumen yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah badan usaha adalah sebagai berikut :

- NPWP Perusahaan dan NPWP pribadi pemilik Usaha
- SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
- NIB (Nomor Induk Berusaha)
- TDP (Tanda Daftar Perusahaan)
- Sertifikasi BPOM (Merupakan sertifikat yang dikeluarkan oleh badan pengawas obat dan makanan mengenai kelayakan makanan yang diproduksi tidak memiliki efek samping dan layak makan)
- Sertifikat Halal (merupakan sertifikat yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama) juga merupakan syarat yang dimiliki

perusahaan untuk memberikan kepastian bahwa semua proses dan bahan baku setiap produk merupakan produk yang layak dikonsumsi oleh umat Muslim di Indonesia)

Selain daripada aspek yang dijelaskan di atas, sebuah usaha restoran atau *food and beverage* diwajibkan terdaftar di dalam Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). Dalam hal ini, TDUP sudah diatur di dalam Peraturan Menteri Pariwisata No.18 Tahun 2016 yang menjelaskan peraturan dalam menata usaha berbasis pariwisata. Adapun dalam peraturan tersebut diterangkan bahwa usaha jasa dan penyedia makan atau minuman tergolong sebagai berikut :

- Restoran/Rumah makan
- Bar/Rumah minum
- Kafe
- Jasa boga
- Pusat penjualan makanan

Melihat kategori di atas, maka usaha *food and beverage* dengan menggunakan model bisnis food truck masih tergolong ke dalam aspek restoran/rumah makan. Sehingga dikarenakan tidak ada kategori khusus yang menyebutkan penggunaan *food truck* atau restoran bergerak, maka persyaratan selebihnya menggunakan kebijakan yang sama dalam usaha restoran/rumah makan. Tetapi, dikarenakan Nai Nai Chinese Food tergolong sebagai usaha mikro sebagaimana yang tercantum dalam sub bab sebelumnya, maka keperluan legalitas masih belum dibutuhkan untuk membuat dokumen beserta keperluan administrasinya. Adapun dokumen atau surat izin yang dibuat oleh badan usaha ini hanya sebatas izin kepada pihak RT dan RW setempat.