

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Seiring dengan berkembangnya zaman yang disertai dengan globalisasi, perkembangan dan inovasi dunia kuliner semakin pesat. Berbagai pengaruh dari luar negeri telah memengaruhi selera masyarakat dalam mengonsumsi makanan. Berkaca dari hal tersebut, bisnis kuliner dikatakan tidak akan pernah mati selama manusia masih membutuhkan makanan.

Menurut M. Fuad, dkk (2000), dalam konteks pembicaraan umum, bisnis (*Business*) tidak terlepas dari aktifitas produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Menurut Sukirni (2010,) bisnis adakah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencari keuntungan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya memiliki tujuan untuk menghasilkan laba yang berguna untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksana kegiatan si pelaku bisnis atau bisnisan (*Businessman*) itu sendiri.

Ilmu ekonomi menyebutkan bahwa bisnis merupakan suatu organisasi yang melakukan kegiatan jual beli barang dan atau jasa kepada para konsumen atau kepada bisnis lainnya, dengan tujuan untuk menghasilkan laba ataupun keuntungan. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti sibuk dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam arti istilah, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas dapat diartikan sebagai suatu kesibukan melakukan kegiatan atau pekerjaan yang dapat menghasilkan keuntungan kepada seseorang.

Rencana bisnis yang diajukan berbentuk sebuah gerai pada sebuah *food court*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, gerai adalah kedai kecil, meja, dan sebagainya, tempat melayani pengunjung (pembeli, pelanggan) di hotel, bank, dan sebagainya. Rencana usaha ini dilakukan di Kota Bandung, dimana Kota Bandung merupakan salah satu destinasi tujuan wisata bagi masyarakat di sekitar Kota Bandung. Lokasi Kota Bandung yang tidak terlalu jauh dari Ibukota dan memiliki akses transportasi umum yang mudah dijangkau menjadikan Bandung menjadi salah satu destinasi wisata pilihan bagi masyarakat sekitar terutama Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kota Bandung juga terkenal dengan destinasi wisata kulinernya. Pusat wisata kuliner di Kota Bandung sudah sangat terkenal, misalnya Dipatiukur, Lengkong Kecil, Puncut Lembang, dan Sudirman *Street*.

Dewasa ini perkembangan bisnis di dunia kuliner telah merajalela. Tren yang sedang berkembang saat ini adalah Korean dan Japanese food. Namun di samping tren *Korean* dan *Japanese food*, *Chinese food* juga sedang mulai menaiki pamornya. Masakan *Chinese* yang memiliki cita rasa yang khas membuatnya memiliki banyak peminat, mulai dari muda sampai tua, pria maupun wanita, dari kalangan etnis Tionghoa maupun tidak. Jika diperhatikan lebih jauh, makanan-makanan tersebut masih kurang memperhatikan kandungan gizinya, dimana makanan-makanan tersebut menyajikan berbagai olahan makanan dengan kandungan sodium serta karbohidrat yang sangat tinggi. Maka dari itu, penulis berinisiatif untuk membuka bisnis kuliner yang menjual makanan-makanan yang bergizi lengkap.

Masyarakat Indonesia sekarang memiliki angka taraf hidup yang lebih panjang. Dilansir dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 angka harapan hidup masyarakat Indonesia mencapai angka 73,93 tahun dan angka ini terus mengalami kenaikan dari tahun

ke tahun. Salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan angka harapan hidup masyarakat Indonesia adalah kesadaran masyarakat Indonesia dalam hal kesehatan. Masyarakat kini telah memiliki *concern* lebih soal kesehatan yang melingkupi makanan yang bergizi, *hygiene*, *sanitation*, dan juga kebersihan lingkungan. Hal-hal tersebut tentunya meningkatkan kualitas hidup serta kesehatan masyarakat Indonesia yang akhirnya berpengaruh pada kenaikan angka harapan hidup.

Makanan bersih yang sekarang sedang berkembang identik dengan harganya yang relatif mahal. Maka dari itu, penulis berinisiatif untuk menawarkan penjualan produk berupa makanan dan minuman bersih dan menyehatkan yang memiliki kandungan yang seimbang dalam satu *dish* makanan berupa protein, karbohidrat, serat, vitamin dan mineral namun dengan harga terjangkau yang dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat sesuai dengan pangsa pasar yang telah diincar oleh penulis. Bisnis kuliner di Kota Bandung yang telah semakin menjamur, serta bisnis di sektor Usaha Kecil Menengah yang kian berkembang pasca pandemi Covid-19. Namun setelah dilakukan pengamatan dan pengumpulan data awal, belum banyak ditemukan gerai *street food* dengan sektor halal *Chinese food* di Sudirman *Street Day & Night Market* Bandung. Inovasi selanjutnya adalah dengan menjual minuman sehat yang menstimulasi stamina dan memberikan efek serta menghangatkan yang meyegarkan bagi yang meminumnya serta mendapatkan sensasi rempah-rempah tradisional dalam setiap hidangan minuman yang ditawarkan. Keadaan ini membuat penulis tergerak untuk menyusun perencanaan bisnis di sektor UKM. Maka dari itu, penulis membawa judul “PERENCANAAN BISNIS GERAJ BEBEK PADA SUDIRMAN *STREET DAY AND NIGHT MARKET* DI KOTA BANDUNG”.

Usaha ini merupakan suatu bidang usaha dengan *customer segment* yaitu *Mass Market* dimana produk yang dijual pada usaha ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Segmen pasar ini mencakup seluruh kalangan mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Usaha ini menargetkan pelanggan keluarga dari golongan menengah ke atas yang cukup sering kali menginginkan menu makan malam mereka berupa olahan bebek.

Dengan mengincar pangsa pasar menengah ke atas yang cukup luas, diharapkan usaha ini dapat berkembang dengan baik dan memberikan profit yang menguntungkan baik bagi penulis, investor, serta memberikan pengalaman baru yang berkesan bagi para calon konsumen yang akan datang mengunjungi usaha ini.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. DESKRIPSI BISNIS

Bisnis adalah segala kegiatan yang meliputi pertukaran barang atau jasa dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Umumnya bisnis memiliki tujuan menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi si pelaku bisnis atau bisnismen (*Businessman*) itu sendiri.

Rencana bisnis gerai *Yazi Wangguo* yang diajukan merupakan sebuah bisnis dengan bentuk gerai yang didirikan di sebuah pusat *street food* di *Sudirman Street Day & Night Market*. Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, gerai adalah kedai kecil, meja, dan sebagainya, tempat melayani pengunjung (pembeli, pelanggan) di hotel, bank, dan sebagainya. Rencana usaha ini dilakukan di Kota Bandung, dimana Kota Bandung merupakan salah satu destinasi tujuan wisata bagi masyarakat di sekitar Kota Bandung.

Bisnis gerai ini merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang pelayanan dan produksi makanan. Usaha ini menjual produk berbasis bebek dengan model hidangan khas Tiongkok atau biasa disebut juga dengan “*Chinese Food*”. Usaha ini mengusung ide bersih dan higienis. Produk-produk yang diproduksi oleh usaha ini dipastikan ditangani dengan standar *hygiene* yang tinggi dalam memproduksi dan menangani bahan-bahan makanan. Selain produknya, tentunya lokasi area makan, area masak, hingga dapur utama dari usaha ini juga akan selalu dikontrol kebersihan serta *hygiene*-nya demi mewujudkan cita-cita usaha yang mana menyediakan makanan dan minuman bersih yang mengutamakan aspek kesehatan.

Usaha bisnis yang penulis rencanakan dapat dinikmati oleh seluruh kalangan, baik pria, wanita, anak-anak, remaja, hingga orang dewasa karena produk yang ditawarkan merupakan produk dengan bahan dasar bebek yang mana merupakan salah satu jenis unggas yang sangat umum dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat. Rasa daging bebek yang gurih dan memiliki ciri khas di antara produk unggas yang lain membuatnya menjadi salah satu favorit bagi masyarakat. Selain rasanya, bebek juga kerap kali dimanfaatkan oleh masyarakat etnis Tionghoa dalam melakukan perayaan.

Gerai ini menyediakan berbagai macam pelayanan untuk mengonsumsi produk-produk yang dijual, yaitu *dine in*, *take away*, dan juga *delivery* melalui berbagai aplikasi pesan-antar online. Konsumen dapat menikmati produk *Yazi Wangguo* dengan cara makan di tempat maupun dibungkus untuk dimakan di tempat pribadi. Selain kedua cara tersebut, usaha ini juga bemitra dengan berbagai aplikasi pesan-antar makanan berbasis *online* seperti Go-Food, Grab Food, dan

ShopeeFood untuk melayani konsumen yang terkendala untuk datang langsung ke gerai Yazi Wangguo.

2. DESKRIPSI LOGO DAN NAMA

Logo dan nama merupakan hal fundamental dalam sebuah usaha. Logo dan nama adalah identitas bisnis yang mana menjadi hal yang sangat penting bagi suatu bisnis karena dengan inilah usaha tersebut dapat dikenali. Logo dan nama dapat menjadi *product branding* dimana berfungsi sebagai suatu strategi dalam menjual nama *brand* dan membangun citra di mata para calon konsumen.

Menurut Hardy (2011 : 19), Logo adalah rangkaian kata atau gambar yang untuk mewakili sebuah institusi atau individu berupa yang simbolik yang dalam beberapa kasus identik dengan institusi atau individu tersebut. Jika untuk seorang individu, logo tersebut sering kali mengacu pada nama mereka sendiri. Di sisi lain, beberapa logo bersifat abstrak, dan yang lain menggunakan literatur atau katakata untuk mencapai efeknya. Peran logo adalah mensintesis individu atau institusi ke dalam bentuk visual yang dapat dimengerti.

David E. Carter menjelaskan bahwa logo adalah bentuk identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang dapat dimanfaatkan penggunaanya pada berbagai macam sarana, fasilitas dan kegiatan suatu perusahaan sebagai salah satu bentuk komunikasi secara visual kepada para calon kustomernya. Logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, dan juga merek dagang yang memiliki fungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan.

Rencana bisnis ini Bernama “*Yāzi wángguó*”, dimana dalam bahasa mandarin memiliki arti “Kerajaan bebek”. Nama ini dipilih merujuk pada produk unggulan dan spesialisasi bisnis yang berupa berbagai macam olahan bebek. Dengan dipilihnya nama tersebut diharapkan dapat menjadikan bisnis ini identik dan dapat dengan mudah diingat oleh para calon konsumen yang akan mendatangi gerai ini sebagai gerai spesialisasi bebek terbaik yang ada di Sudirman *Street Day & Night Market*.

Gambar 1

LOGO USAHA



Sumber : Olahan penulis, 2024

Filosofi desain logo tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berlatar belakang putih yang berarti netral dan melambangkan kebersihan.

2. Lingkaran berwarna kuning keemasan dipilih untuk mendapatkan suasana elegan.
3. Inti bebek yang merupakan *core product* dari usaha ini yaitu bebek.
4. Bebek memakai *chef hat* memiliki makna bahwa gerai Yazi Wangguo merupakan gerai spesialisasi bebek.
5. Warna merah pada tulisan nama gerai dan gambar bebek diambil sebagai penegasan produk dan ciri khas kultur Tiongkok yang menganggap warna merah adalah warna keberuntungan.
6. Font yang digunakan adalah Zcool Xiao Wei yang memiliki kesan tegas dan elegan seperti budaya Tiongkok yang selalu giat bekerja keras.

3. IDENTITAS BISNIS

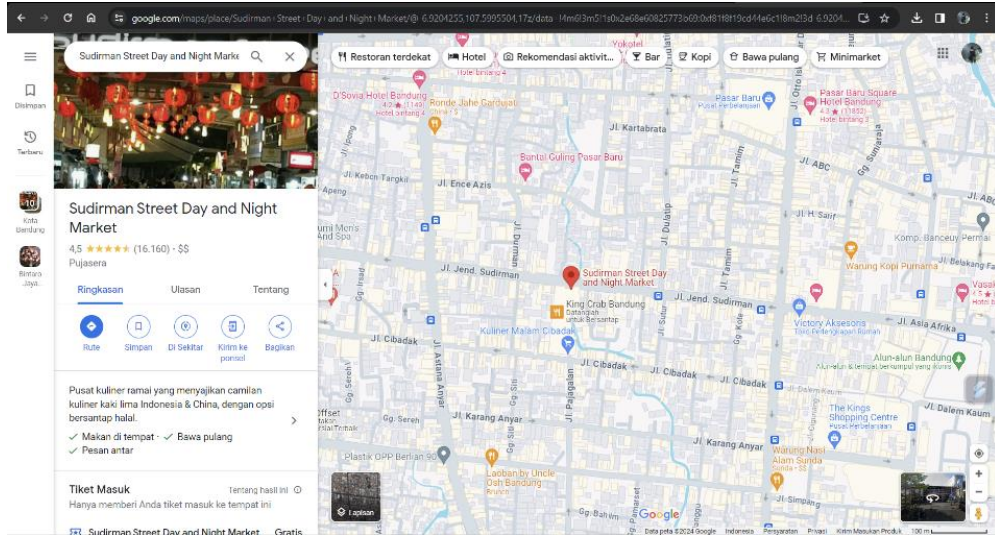
Identitas merupakan salah satu aspek fundamental dalam suatu bisnis. Identitas bisnis merupakan cara pengusaha memperkenalkan dan mensosialisasikan ciri khas merek dagangnya kepada para calon konsumen. Identitas bisnis juga merupakan suatu aspek yang dapat membangun persepsi baik maupun buruk di mata para calon konsumen. Identitas bisnis yang baik dapat memberikan efek psikologis yang mengarahkan persepsi calon konsumen atas produk barang/jasa apa yang dijual oleh suatu usaha dagang. Hal ini meliputi bentuk logo, nama, konsep, hingga warna yang dapat menjadi ciri khas bagi suatu produk di mata para calon konsumen.

Lokasi bisnis turut menjadi salah satu hal yang dicakupi oleh identitas bisnis, dimana lokasi bisnis dapat menentukan persepsi masyarakat tentang *brand*

yang dijual. Pemilihan lokasi dapat memengaruhi target pasar, harga jual, besar kecilnya biaya operasional, hingga peluang maupun tingkat pesaing dari bisnis tersebut. Bisnis Yazi Wangguo ini direncanakan akan dibangun di pusat *Street Food* atau Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera) Sudirman *Street Day & Night Market* di jalan Jend. Sudirman No. 107, Karangnyar, Kecamatan Astanaanyar, Kota Bandung, Jawa Barat.

Lokasi ini dipilih setelah melalui pertimbangan pangsa pasar yang diincar oleh bisnis ini yang mana mayoritasnya adalah masyarakat etnis Tionghoa sehingga dinilai cukup strategis untuk menjalankan bisnis *Chinese food*. Namun selain masyarakat etnis Tionghoa, banyak juga masyarakat lokal yang gemar mengunjungi Sudirman *Street Day & Night Market* untuk menikmati wisata kuliner yang ada. Lokasi ini juga dinilai strategis karena berlokasi di jalan Jenderal Sudirman, tidak jauh dari Jalan Asia Afrika dan Alun-Alun Kota Bandung sehingga memungkinkan banyak wisatawan yang akan datang mengunjungi lokasi tersebut untuk mencari hidangan makan siang maupun malam.

Gambar 2
LOKASI USAHA



Sumber : Google Maps, 2024

Gambar 3

FOTO GERAI



Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2024

C. VISI DAN MISI BISNIS

1. Visi

Secara umum visi merupakan suatu tujuan utama atau gagasan utama yang melatarbelakangi berdirinya suatu organisasi atau lembaga. Visi adalah cita-cita yang ingin dicapai oleh organisasi selama perjalanan hidup organisasi tersebut. Visi merupakan hal yang paling mendasar dalam rencana pendirian suatu organisasi. Tanpa visi, organisasi tersebut tidak mungkin dapat didirikan.

Dikutip dari situs resmi Gramedia, visi merupakan susunan kata yang mengandung impian, cita-cita dan nilai-nilai inti dari suatu lembaga atau organisasi. Dapat disimpulkan bahwa visi merupakan tujuan masa depan organisasi atau lembaga. Visi mengandung ide-ide yang berada di dalam benak para pendiri organisasi atau lembaga tersebut. Ide-ide tersebut merupakan gambaran masa depan yang ingin dicapai oleh organisasi. Visi dari gerai *Yazi Wangguo* ini adalah “menjadikan gerai *Yazi Wangguo* sebagai UKM *Chinese Food* halal terbaik di Kota Bandung.”

2. Misi

Misi adalah jawaban dari pertanyaan ‘bagaimana’ tentang apa yang dicita-citakan oleh perusahaan. Misi merupakan rangkaian cara yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam mewujudkan cita-cita yang telah dirancang.

Menurut Akdon (2006:97) Misi merupakan pernyataan tentang hal-hal yang harus dicapai oleh organisasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan di masa datang.

Misi yang dibawa oleh usaha ini adalah :

1. Menggunakan bahan baku produk dengan kualitas terbaik.
2. Memberikan pelayanan dengan standar SOP.

D. ANALISIS SWOT

Albert S. Humphrey pertama kali memperkenalkan analisis SWOT pada 1960-an ketika ia menginisiasi sebuah proyek penelitian yang dilakukan di Stanford Research Institute di California, Amerika Serikat. Ia dan timnya mengumpulkan data dari sekitar 100 perusahaan dan mengevaluasi kinerja perusahaan-perusahaan tersebut. Dari penelitian tersebut ditemukan fakta bahwa perusahaan yang memiliki kinerja yang baik memiliki kekuatan internal serta peluang eksternal yang baik. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki kinerja yang kurang baik cenderung memiliki kekurangan internal dan ancaman eksternal yang kuat.

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang paling lumrah digunakan oleh para calon pengusaha dalam menentukan arah strategi bisnisnya. Analisis SWOT mencakupi analisis tentang kekuatan, kelemahan, tantangan serta peluang yang akan dihadapi oleh bisnis ketika bisnis tersebut sudah berjalan. Metode ini seringkali digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan dari usaha itu sendiri. Hal ini sangat penting untuk kemajuan serta kesuksesan suatu usaha. Menurut Galavan (2014), analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) merupakan analisis dalam rangka menemukan strategi yang berguna dan efektif untuk diterapkan sesuai keadaan pasar dan publik pada saat itu, peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dapat digunakan untuk menganalisa lingkungan luar, kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam diri perusahaan atau internal.

Berdasarkan pengertian analisis SWOT di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan suatu metode untuk membandingkan bagaimana cara untuk

mengevaluasi masalah yang ada dalam suatu bisnis berdasarkan faktor internal dan eksternal serta bagaimana cara pebisnis tersebut menyelesaikannya.

Dalam melakukan analisis SWOT, penulis menggunakan metode matriks dimana dapat memudahkan dalam melakukan analisa faktor-faktor yang mempengaruhi berjalannya perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi *Opportunity* (kesempatan) dan *Threats* (tantangan). Di antara faktor-faktor internal dan eksternal tersebut terdapat analisis S-O, S-T, W-O, dan W-T, yang mana keempat analisis tersebut dapat menjadi acuan dan jawaban serta strategi dalam mengatasi kelemahan dan menghadapi tantangan yang ada. Pada halaman berikutnya telah penulis cantumkan matriks Analisa SWOT dari perencanaan bisnis gerai Yazi Wangguo.

Tabel 1
ANALISIS SWOT

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> Internal Eksternal </div>	Strength (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Chinese food</i> halal dengan konsep <i>street food</i> - Terletak di Lokasi yang strategis yaitu Sudirman <i>Street Day & Night Market</i> Bandung. - Target pasar yang jelas - Pelayanan dengan standar tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat pesaing dengan produk serupa yaitu bebek - <i>Resources</i> berupa supplier yang tidak mudah ditemui
Opportunity (O)	Strategi S – O	Strategi W – O
<ul style="list-style-type: none"> - Belum ada pesaing dengan konsep yang serupa - Lokasi terletak di pusat <i>Street Food</i> terkenal di Kota Bandung 	<ul style="list-style-type: none"> - Menjual produk dengan konsep “halal <i>Chinese Food</i>” - Dekorasi dan layout gereai dibuat semenarik mungkin untuk menarik para calon konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> - Berinovasi agar produk menjadi daya ikat baru - Membuat produk yang otentik
Threats (T)	Strategi S – T	Strategi W – T
<ul style="list-style-type: none"> - Merk usaha belum dikenal masyarakat luas - harga bahan baku yang tidak stabil dan fluktuatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi dan sosialisasi - Tidak hanya bergantung kepada satu supplier - Merekrut staff managerial yang kompeten 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi kreatif beserta alasan mengapa calon konsumen harus membeli produk Yazi Wangguo

Sumber : Olahan Penulis, 2024

E. SPESIFIKASI PRODUK

Dilansir dari situs geograf.id Spesifikasi merupakan deskripsi teknis yang menjelaskan karakteristik serta fitur dari sebuah produk, proyek, atau layanan. Umumnya spesifikasi berisi informasi yang lengkap tentang ukuran, bahan, kualitas, dan kriteria lain yang telah ditentukan untuk menentukan standar dari suatu produk atau proyek. Spesifikasi produk dapat diartikan sebagai informasi seputar produk yang dijual yang diberikan oleh produsen secara lengkap kepada konsumen agar mudah dipahami.

Usaha ini menjual makanan berbasis bebek. Bebek dipilih karena minat masyarakat yang cukup tinggi terhadap produk olahan bebek. Selain itu, bebek digemari oleh masyarakat etnis Tionghoa untuk dinikmati pada kegiatan dan acara-acara perayaan.

F. JENIS BADAN USAHA

Penyusunan perencanaan bisnis tentunya suatu bentuk badan usaha. membutuhkan penulis telah memutuskan untuk memilih Persekutuan Komanditer (CV) sebagai jenis badan usaha yang akan dijalankan.

Dikutip dari jurnal “PERTANGGUNGJAWABAN SEKUTU DALAM PERSEKUTUAN KOMANDITER YANG MENGALAMI KEPAILITAN” karya PNovita Diana Safitri dan Made Mahartayasa, Menurut Pasal 19 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) disebutkan bahwa persekutuan komanditer merupakan suatu perseroan untuk menjalankan suatu perusahaan yang dibentuk antara satu orang atau beberapa orang persero yang secara tanggung menanggung dan bertanggungjawab untuk seluruhnya pada satu pihak, dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain.

Menurut Widjaya (2005), Mitra diam kontribusinya hanya modal untuk permitraan, serta tanggung jawabnya hanya sebesar kontribusinya. Kehadiran mitra diam merupakan ciri utama dari CV atau permitraan terbatas.

Berdasarkan studi yang telah dilakukan oleh penulis, Persekutuan Komanditer (CV) memiliki beberapa kelebihan, antara lain sebagai berikut :

1. Relatif lebih mudah mendapatkan modal dari anggota pasif
2. Kebutuhan modal cenderung lebih mudah untuk didapatkan
3. CV relatif lebih baik dari segi kepemimpinan
4. Relatif lebih mudah dalam pencarian kredit
5. CV tidak memiliki Batasan minimum untuk modal awal, dimana lebih menguntungkan untuk bisnis kecil yang baru mulai merintis
6. Memiliki kepastian hukum sebagai badan usaha. Karena memiliki akta perusahaan yang didaftarkan di notaris. CV juga memiliki dasar hukum yang diakui oleh negara.

Sedangan kekurangan CV antara lain sebagai berikut :

1. Tanggung jawab yang tidak terbatas dimana para pemilik CV bertanggung jawab secara pribadi atas hutang piutang perusahaan .
2. Terbatasnya akses ke modal, saham CV tidak dapat dijual kepada public sehingga sumber modalnya terbatas pada kontribusi pemilik dan mitra yang ada.

G. ASPEK LEGALITAS

Setelah memilih jenis badan usaha yang akan dijalankan, penulis juga memperhatikan aspek legalitas dari usaha yang direncanakan. Dasar hukum dalam

mendirikan CV juga harus diperhatikan, agar usaha yang dijalankan dapat tercatat secara resmi dan legal kepada negara. Dasar hukum yang digunakan oleh penulis dalam perencanaan usaha ini adalah sebagai berikut :

1. Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 17 Tahun 2018 tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata.
2. Pasal 19, Pasal 20, dan Pasal 21 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) yang mengatur secara spesifik mengenai pendirian CV, permodalan CV, serta kedudukan sekutu komplementer dan komanditer dalam CV.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik
4. Pasal 15 PP No. 24/2018 hanya menegaskan bahwa pendirian CV harus didaftarkan kepada Pemerintah Pusat.

Pendirian suatu usaha berbentuk CV memiliki beberapa persyaratan yang harus dilaksanakan oleh pengusaha. Persyaratan tersebut harus dipenuhi demi memenuhi syarat legalitas usaha. Setiap daerah memiliki syarat pendirian CV yang berbeda-beda. Persyaratan pendirian CV diatur dalam Permenkumham no. 17 tahun 2018 tentang pendaftaran persekutuan komanditer. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang telah diatur mengenai pendirian, pendaftaran, maupun pengumumannya, yang dimana pendiriannya ada di pasal 16-35 KUHD sehingga CV dapat didirikan berdasarkan pada perjanjian lisan atau kesepakatan para pihak yang terlibat saja dan kemudian dapat dibuatkan akta otentik perusahaannya. Adapun syarat-syarat pendirian CV di Kota Bandung adalah sebagai berikut :

1. Syarat pertama yaitu harus didirikan oleh paling tidak 2 orang sekutu aktif dan sekutu pasif. Selanjutnya, harus memiliki akta notaris berbahasa Indonesia.
2. Syarat selanjutnya adalah pendiri CV harus berkewarganegaraan Indonesia.
3. Syarat berikutnya adalah tidak diperkenankan adanya partisipasi dari modal asing, sehingga 100% kepemilikan adalah WNI.
4. Dokumen berupa fotokopi KTP sekutu pasif dan sekutu aktif, fotokopi NPWP pribadi yang bertugas sebagai penanggung jawab perusahaan, keterangan domisili dengan materai, surat pernyataan KBLI bermaterai, email dan nomor telepon perusahaan.
5. Selain itu, apabila perusahaan dikuasakan, maka wajib menyerahkan dan surat kuasa serta notulen yang dibubuhi materai dan KOP.

Gerai *Yazi Wangguo* yang merupakan gerai *Chinese food* halal tentunya harus melaksanakan prosedur sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).