

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuningan merupakan salah satu Kawasan bisnis di Jakarta dan merupakan bagian dari Segitiga Emas Jakarta yang mencakup daerah seperti Rasuna Said, Jalan Jenderal Gatot Subroto, Jalan MH Thamrin, dan juga kuningan yang memiliki Kawasan bisnis yang cukup terkenal yaitu Mega Kuningan, Rasuna Epicentrum. Maka dari itu Penulis berencana membuka usaha di daerah Kuningan Jakarta Selatan karena melihat banyaknya Masyarakat *Urban*.

Usaha mikro kecil dan menengah dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan beberapa tenaga kerja yang tidak melebihi dari 50 orang (Warkum, 2017, p. 10). UMKM atau bisa disebut sebagai usaha mikro kecil dan menengah dapat didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki orang per orang dan/atau dapat dikelola oleh badan usaha perorangan yang sudah memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana mestinya yang sudah tertera dalam undang – undang, (undang-undang Nomor 20 tahun 2008).

Perencanaan berasal dari kata rencana yang memiliki arti berupa rancangan atau rangka sesuatu yang hendak dikerjakan, pengertian singkat tersebut dapat dijelaskan berupa beberapa aspek penting, yaitu tujuan (apa yang ingin dicapai), kegiatan (tindakan-tindakan untuk merealisasikan tujuan)

dan adapun waktu (kapan rupanya kegiatan tersebut hendak dilaksanakan), Selain itu, adapun segala sesuatu yang telah direncanakan tentu saja berupa tingkatan-tindakan di masa yang hendak datang (untuk masa depan). Dengan penjelasan tersebut, suatu perencanaan dapat dipahami sebagai respon (reaksi) terhadap masa depan, (Abe, 2008, p. 81)

BMC atau *Business Model Canvas* merupakan sebuah alat bantu untuk melandasi, membuat dan atau mengembangkan suatu model bisnis yang meliputi format “9 key elements of a business in one page”. *Business Model Canvas* meliputi Sembilan blok bangunan bisnis, blok bangunan berikut merupakan bagian-bagian yang penting dalam menjelaskan tentang bagaimana sebuah organisasi tersebut dapat menciptakan manfaat dan juga memperoleh kemanfaatan dari seluruh pelanggannya (Osterwalder & Pigneur, 2014).

Sembilan blok dari sebuah *Business Model Canvas* tersebut meliputi *Value Proposition, Customer Segment, Channels, Customer Relationship, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure* dan *Revenue Streams*. Adapun manfaat yang didapatkan dari membuat *Business Model Canvas* yaitu dapat menjabarkan, menganalisa, dan juga merancang secara inovatif serta kreatif dalam Upaya memberikan, membentuk, dan menangkap dimensi dari pasar dan dapat mendongkrak permintaan dengan cara mengembangkan sebuah nilai.

Mengutip dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2012), Sebuah “kedai” dapat didefinisikan sebagai sebuah bangunan atau rumah kecil yang menjual (seperti makanan). Di sisi lain dalam situs badanbahasa.kemdikbud.go.id mengatakan bahwa kata kedai dan warung memiliki arti yang serupa, yaitu “bendungan yang dapat digunakan sebagai tempat berjualan”.

Rice bowl dapat diartikan makanan yang berbahan dasar dari nasi dan lauk lainnya dan disajikan di dalam mangkuk atau kemasan berbentuk mangkuk (BFI, 2022).

Makanan dengan konsep *Rice bowl* ini banyak diminati di berbagai kalangan khususnya para pekerja sampai dengan anak sekolah yang tidak memiliki waktu yang cukup banyak serta praktis. *Rice bowl* merupakan makanan praktis yang dapat dibawa kemana – mana dan juga terdapat isian yang cukup bergizi dan dapat mengenyangkan.

Menurut artikel Harpers Bazaar, bumbu mala merupakan salah satu bumbu yang berasal dari Tiongkok memiliki rasa sangat pedas yang terbuat dari cabai dan merica Sichuan. Selain itu, Mala pun mengandung rasa rempah-rempah China yang kuat sehingga mempunyai rasa yang kuat dan khas. Rasa yang dimiliki saat mengonsumsi masakan yang mengandung mala ini akan merasakan lidah yang kebas dan panas.

Pada umumnya makanan *rice bowl* menggunakan bahan dasar yaitu Ayam, Ayam merupakan salah satu jenis unggas yang paling sering di konsumsi oleh masyarakat dikarenakan mudah didapatkan dan juga mempunyai rasa yang lezat, (Dewi & Diah, 2014:115).

Penulis pun telah melakukan pra-survey dengan cara menganalisa data lingkungan mengunjungi langsung lokasi tersebut dan juga melakukan penyebaran kuisisioner menggunakan sistem *google form* yang memperoleh 65 responden yang mencakup mahasiswa, para pekerja setempat, warga sekitar dan juga luar kota terkait dengan komponen-komponen yang dapat mempengaruhi

para konsumen dalam membeli sebuah produk sesuai dengan *Business Model Canvas* yang telah penulis buat.

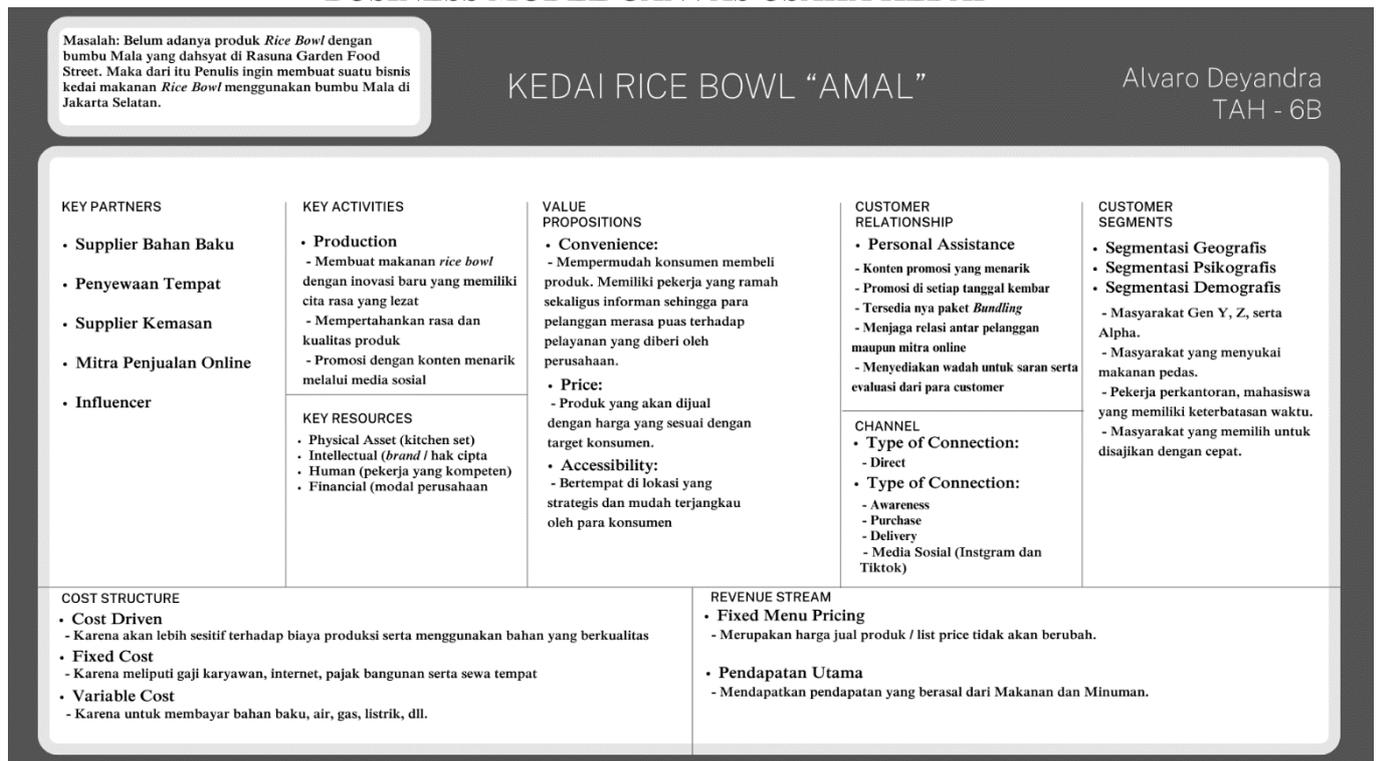
Berdasarkan data analisa tersebut, maka dapat diperoleh beberapa komponen ataupun aspek dalam pengaruh konsumen terhadap dalam membeli suatu produk makanan, yaitu sebanyak 86,1% (56 orang) mempertimbangkan akan hal penyajian yang praktis, lalu sebanyak 76,9% (50 orang) mementingkan rasa yang pedas dalam membeli suatu produk makanan, serta 64,6% (42 orang) mempertimbangkan dalam aspek pilihan rasa dari suatu produk yang tidak inovatif dapat menimbulkan rasa bosan kepada para konsumen dalam membeli suatu produk makanan.

Tabel 1
DATA USAHA MAKANAN SERUPA

NO.	NAMA	LOKASI	KEUNGGULAN
1.	RICE BOWL	Cyber 2 Tower. Jl.H.R.Rasuna Said No.13, Kuningan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12950	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>Brand</i> yang sudah populer. - Memiliki pilihan menu yang sangat variative.
2.	LIMAU	Jl. Prof. DR. Satrio No.238, Setiabudi, Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>Brand</i> yang sudah cukup populer. - Mempunyai pilihan menu yang sangat variatif. - Sudah memiliki <i>rating</i> yang bagus.
3.	SAN GYU	Jl. Setiabudi Timur 4 No.32, Setiabudi, Jakarta.	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki <i>rating</i> yang cukup baik. - Memiliki pilihan menu yang sangat variatif.

Sumber: Olahan Penulis (2024)

Gambar 1 BUSINESS MODEL CANVAS USAHA KEDAI



Sumber: Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan data diatas serta hasil kuisisioner yang telah dilakukan oleh Penulis, dapat diketahui bahwa sudah banyak orang mengetahui bumbu Mala. Penulis juga sudah melakukan Analisa di lingkungan di sekitar Kuningan, Jakarta Selatan dan belum menemukan produk yang serupa yang ingin Penulis inovasikan yaitu menjual *Rice bowl* dengan menggunakan bumbu Mala yang dahsyat di lokasi tersebut. Dengan adanya Analisa berdasarkan pernyataan diatas, maka Penulis ingin membuat perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN USAHA KEDAI RICE BOWL DI KUNINGAN, JAKARTA SELATAN”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan produksi, pembelian, atau penjualan barang atau jasa yang ditukar dengan uang, tenaga kerja, atau kegiatan yang merupakan bagian dari kegiatan tersebut. Jumlah aktivitas yang diselesaikan oleh toko, perusahaan, pabrik, dan lain – lain, (Merriam, 2022).

Bisnis yang ingin dilakukan oleh Penulis adalah kedai modern. Alasan mengapa Penulis ingin memiliki konsep kedai modern agar lebih menarik ketertarikan Masyarakat. Penulis memilih untuk menjual makanan berbahan dasar nasi yang akan dihidangkan bersama ayam dengan berbagai macam bumbu, salah satu bumbu utama yang akan dijual yaitu menggunakan bumbu Mala.

Penulis berencana untuk membuka kedai ini di “Rasuna Garden Food Street” yang terletak di jalan Epicentrum Tengah No.2, Karet Kuningan, Jakarta Selatan. Penulis memiliki rencana untuk membangun kedai dengan sistem *Dine in* yang memiliki kapasitas 24 orang (12 meja beserta 24 kursi) dan *take away*.

Kedai ini lebih dominan untuk *Dine in*, dikarenakan adanya tempat duduk tambahan yang disediakan oleh pihak Rasuna Garden. Dengan konsep dan sistem yang modern, Penulis berharap Masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi kedai ini.

Lokasi kedai ini terletak sangat strategis sehingga berlokasi di lingkungan yang dekat dengan perkantoran, rumah sakit, universitas, hingga hotel. Penulis berencana membangun kedai ini dengan nuansa oriental dan lantunan musik yang mendukung sehingga para pelanggan yang sedang berkunjung akan merasakan nuansa saat menikmati produk yang dibuat pada saat datang ke kedai yang direncanakan oleh Penulis.

Kedai ini memiliki pesaing dimana dalam jarak 5 km dari yang penulis rencanakan. Nama kedai pesaing adalah Limau. Limau juga menjual produk yang lebih beragam macam. Namun perbedaan kedai penulis dengan pesaing yaitu dari segi penyajiannya, kedai yang ingin Penulis buat yaitu menyajikan produknya menggunakan mangkuk atau lebih memfokuskan penjualan utama atau menu utamanya yaitu *rice bowl* ayam yang menggunakan bumbu Mala.

Salah satu alasan Penulis memilih membuka kedai di lokasi tersebut dikarenakan Penulis juga ingin menyediakan tempat serta fasilitas untuk para pekerja maupun pelajar pada waktu jam makan siang hingga malam hari agar dapat menikmati produk *rice bowl* ini.

Gambar 2
FOTO JALANAN DI DEPAN KEDAI



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Dari gambar di atas, menunjukkan bahwa tempat kedai akan berada di daerah strategis dimana kedai tersebut berada di tengah kota. Kedai ini pun berada di perkumpulan tempat makan sehingga memiliki akses yang baik untuk mobil maupun motor. Lokasi tersebut menyediakan lahan parkir yang sangat luas sehingga para konsumen tidak sulit untuk mengunjunginya.

2. Deskripsi Logo dan Nama Usaha

Adapun definisi logo yang merupakan singkatan dari *logotype*. Sebuah logo dapat memuat elemen berupa teks, ilustrasi, gambar, dan lain – lain. Logo juga merupakan elemen gambar atau simbol identitas visual (Suriyanto, 2013).

Adapun mengambil kutipan dari situs Wikipedia tentang logo, Logo yaitu suatu gambar atau sketsa yang desain oleh seseorang untuk mengekspresikan kepentingan perwakilan suatu perusahaan, wilayah, organisasi, produk, Lembaga, negara, dan sebagainya. Sebaliknya, nama

adalah istilah atau sebutan yang mewakili seseorang, tempat, produk (merek produk), atau bahkan ide atau konsep.

Sebuah logo juga dapat menjadi daya tarik bagi suatu perusahaan, oleh karena itu logo ini harus dibuat semenarik mungkin yang bertujuan agar perusahaan dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung ke suatu bisnis tersebut.

Nama merupakan suatu identitas yang diberikan kepada seseorang, tempat maupun suatu bidang organisasi yang bertujuan mempermudah dalam pengenalan, (Poerwadarminta, 2003). Maka dari itu Penulis sangat mempertimbangkan dalam pemilihan nama dari usaha yang akan dibuat. Penulis memilih nama “AMAL” yang memiliki arti Ayam Mala, nama tersebut merupakan suatu produk utama yang akan dibuat di usaha ini.

Penulis pun berharap dengan adanya logo dan nama tersebut dapat menarik minat para konsumen dalam mencoba produk-produk yang sudah dibuat dan datang kembali ke kedai sehingga tercapainya sebuah tujuan yaitu membuat makanan *rice bowl* dengan bumbu Mala menjadi populer.

Gambar 3
LOGO USAHA MAKANAN RICE BOWL "AMAL"



Sumber: Olahan Penulis, 2024

Kata “Kedai AMAL” berikut yang akan digunakan sebagai tanda konsep usaha yaitu menggunakan konsep kedai, dan AMAL berupa nama/*brand* dari usaha yang akan didirikan. Kata dari “AYAM MALA” yang menandakan produk utama yang akan di jual dalam bisnis tersebut, Penulis menggunakan garis hitam yang berada di tengah untuk melambangkan bentuk peralatan yang akan digunakan untuk menyajikan produk tersebut yaitu menggunakan mangkuk dan sumpit. Penulis menambahkan elemen lampion yang melambangkan asal bumbu Mala itu sendiri yaitu dari Tiongkok, China.

Adapun elemen ayam yang mempresentasikan bahan utama dari makanan yang akan disajikan, dan Penulis pun menambahkan elemen Cabai dan Api yang menandakan karakteristik dari bumbu yang akan digunakan dalam bisnis tersebut, Penulis menggunakan tulisan berwarna hitam yang

melambangkan professional, ketegasan, dan kredibilitas sebuah produk dalam bidang usaha.

Kedai *Rice Bowl* ini dinamakan Kedai AMAL. Nama tersebut diambil dari Ayam yang merupakan produk yang akan dijual dan Mala merupakan kata dari bumbu yang akan dicampurkan bersama dengan ayam. Nama tersebut terinspirasi dari tujuan Penulis yang ingin membuat Kedai Ayam Mala dan ingin mengenalkan kepada para Masyarakat agar dapat mencoba ayam dengan bumbu tersebut yang belum sering ditemui di berbagai restoran.

3. Identitas Bisnis

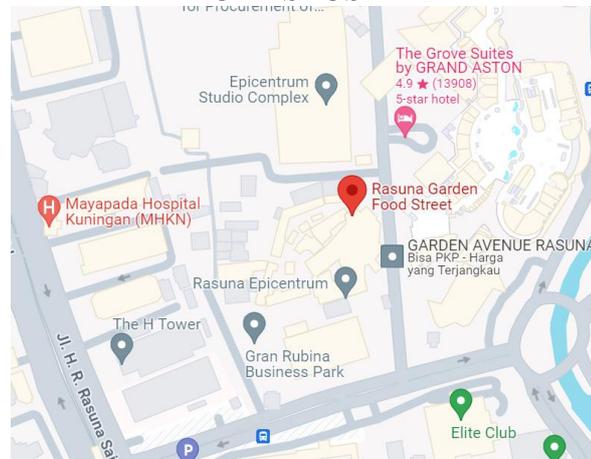
Identitas bisnis atau dapat disebut *corporate identity* merupakan tampilan logo atau simbol yang dapat merepresentasikan citra yang hendak disampaikan, namun dari segi ekspresi grafis dalam menciptakan identitas perusahaan sangat mempengaruhi berkembangnya perusahaan tersebut, (Raharjo, 2017).

Lokasi juga merupakan suatu tempat bisnis yang melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan finansial berupa barang atau jasa yang akan ditawarkan atau dijual, maka dari itu menjadikannya salah satu faktor yang sangat penting dalam membuat keputusan pembelian, (Cynthia, Hermawan, & Izzuddin, 2022).

Kedai *rice bowl* Amal pun mempunyai value yang dapat dijadikan ciri khas usaha itu sendiri, yaitu meliputi proses pembelian, penyajian hingga pelayanan yang cepat dan praktis, memiliki harga jual yang disesuaikan

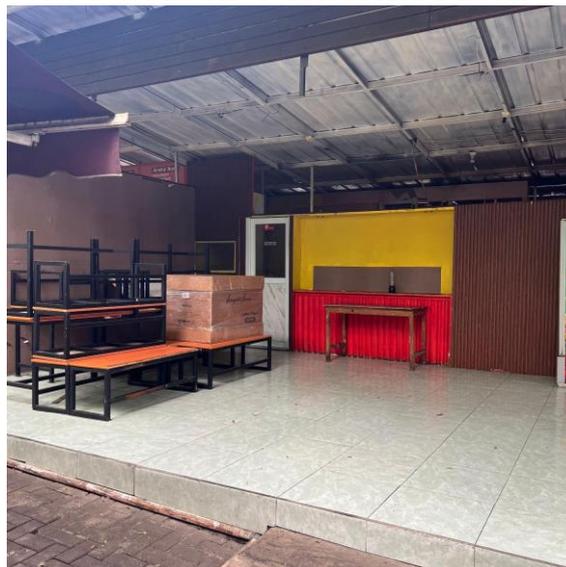
dengan daya beli para konsumen, dan kedai terletak di lokasi yang strategis yakni dekat dengan lingkungan para konsumen yang ditargetkan.

Gambar 4
LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps (2024)

Gambar 5
FOTO TENANT TAMPAK DEPAN



Sumber: Dokumentasi Penulis (2024)

Alamat: Jl. Epicentrum Tengah No.2, RT.2/RW.5, Karet Kuningan,
Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 12940.

Nama Media Sosial (Instagram): Kedai.ayammala

No. Telp: 082116769093

Penulis memilih lokasi yang bertempat di Rasuna Garden Street Food sebagai lokasi bisnis, karena menurut penulis lokasi ini sangat strategis. Seperti halnya yang sudah dijelaskan di bagian latar belakang bahwa lokasi tersebut berada di lingkungan perkantoran, rumah sakit, universitas, dan hotel.

C. VISI DAN MISI

1. VISI:

Visi perusahaan dapat didefinisikan sebagai gambaran atau kalimat cita-cita untuk masa depan yang akan dipilih dalam perusahaan atau organisasi dan akan diwujudkan pada suatu saat yang ditentukan, Wibisono (2006). Dengan adanya visi dan misi, akan lebih mempermudah mencapai suatu tujuan dalam suatu organisasi, Yrama Widya (2019:352).

Visi juga harus dapat memberikan arah yang jelas, menggerakkan orang-orang, dan menjadi dasar untuk mengambil keputusan yang strategis. Dengan dibuatnya visi, Penulis berharap akan membantu dalam memperlancar operasional kedai. Adapun visi dari kedai *Rice bowl* Ayam

Mala ini yaitu “Menjadikan kedai *rice bowl* dengan bumbu Mala terbaik dan memiliki jaringan bisnis terbesar”.

2. MISI:

Misi dapat diartikan sebagai kalimat yang dapat menyatakan suatu alasan ataupun tujuan tentang keberadaan suatu organisasi, yang terdiri dari hal-hal yang ditawarkan oleh perusahaan itu sendiri kepada pelanggan baik itu berupa jasa maupun produk, Wheelen (2006:46-47).

Adapun definisi lain dari sebuah misi yaitu sebuah pernyataan yang menyatakan tentang fungsi pokok, dan dapat menjadi alasan organisasi itu berada, Edison (2018:26).

Misi dapat didefinisikan sebagai rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada Masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Tujuan dari misi dibuat yaitu untuk mengkomunikasikan kepada stakeholder di dalam maupun di luar organisasi. Adapun Misi yang menjadi acuan untuk memperlancar berjalannya visi dari Penulis dalam membangun Bisnis ini, yaitu:

- Memperkenalkan akan adanya bumbu pedas Mala dengan inovasi baru.
- Menjadikan kedai *rice bowl* yang akan dihasilkan menggunakan kualitas terbaik dan siap bersaing.
- Memberikan suasana kedai kekinian dengan fasilitas penunjang serta nyaman.

- Mengutamakan kepuasan bagi para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang memuaskan menggunakan *SOP* yang jelas.

D. SWOT ANALYSIS

SWOT Analysis dapat diartikan sebagai identifikasi sistematis dalam berbagai faktor-faktor untuk merumuskan suatu strategi perusahaan, (Rangkuti, 2015). Adapun fungsi lain dari *SWOT Analysis* menurut Ferrel dan Harline yaitu untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman).

SWOT juga dapat dipergunakan untuk meningkatkan dalam sebuah bisnis. Berikut *SWOT Analysis* yang Penulis buat untuk kedai *Rice bowl* “AMAL”, diantaranya yaitu:

Strength (Kekuatan)

- Mempunyai cita rasa yang khas menggunakan bumbu mala
- Menawarkan harga yang terjangkau di kalangan Masyarakat setempat.
- Memiliki lokasi yang strategis.
- Memiliki tempat makan yang cukup banyak.
- Memiliki lahan parkir yang luas untuk para konsumen.

Weakness (Kelemahan)

- Belum terlalu dikenal oleh Masyarakat luas.
- Varian menu yang tidak banyak.

Opportunity (Peluang)

- Memiliki sedikit pesaing dengan produk serupa.

- Memberi daya tarik kepada konsumen baru dengan cara memberikan penawaran khusus seperti promo, diskon, dan lainnya.

Threats (Ancaman)

- Memiliki pesaing yang berlokasi dalam jarak <5 km dari kedai Penulis.
- Beberapa harga bahan baku yang tidak konsisten

E. SPESIFIKASI PRODUK

Menurut Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) mengatakan bahwa spesifikasi merupakan karakteristik dari sebuah barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna barang atau jasa yang dinyatakan secara tertulis. Adapun definisi spesifikasi yang menyatakan bahwa spesifikasi merupakan perincian dalam sebuah rencana, KBBI (2012).

Produk dapat diartikan sebagai segala hal yang dapat diterima dalam proses pertukaran dalam proses pertukaran dengan produsen, dapat berupa manfaat utama; produk fisik dan kemasannya, serta terdapat suatu elemen-elemen pendukung yang menyertainya, Tjiptono (2016:176).

Definisi lain dari produk yaitu segala sesuatu yang dapat dijual atau ditawarkan ke pasar untuk perolehan, perhatian, pemakaian atau konsumsi yang bertujuan agar memuaskan keinginan atau kebutuhan masyarakat, Kotler dan Armstrong (2017:244)

Maka dari pernyataan diatas, Penulis dapat dikatakan bahwa spesifikasi produk merupakan perincian karakteristik dari sebuah barang yang dapat ditawarkan kepada para konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan pada kebutuhan atau keinginan pelanggan.

Kedai *rice bowl* Ayam Mala (AMAL) merupakan bisnis yang berjalan di industry makanan dan minuman. Adapun produk yang disajikan oleh penulis di dalam bisnis kedai ini merupakan makanan yang berbahan dasar dari nasi beserta komponen lainnya seperti ayam dengan varian atau bumbu yang kekinian dan juga menjual beberapa minuman yang bertujuan sebagai penjualan tambahan.

Pada bisnis kedai *Rice Bowl* Ayam Mala (AMAL) ini akan menawarkan tiga varian makanan nasi dengan bumbu/saus kekinian dan dua minuman pendukung. Menu ini dapat dinikmati langsung ditempat maupun dapat di *take away* sesuai dengan keinginan konsumen.

Penulis akan menyajikan produk makanan menggunakan mangkuk beserta alat makan berupa sumpit bambu untuk para konsumen yang ingin menghadirkan produk dalam konsep *dine in*. Sedangkan untuk kemasan makanan *take away* penulis akan menyajikannya dengan kemasan *paper bowl* dengan mencantumkan label merk di bagian depan.

Beda halnya untuk kemasan minuman baik *dine in* maupun *take away*, Penulis akan menyajikan menggunakan botol plastic berukuran 14oz atau setara dengan 420ml, sama halnya penulis akan mencantumkan label merk di bagian depan pada botol plastik. Dan berikut adalah menu-menu yang akan ditawarkan kepada para pelanggan di Kedai Ayam Amal (AMAL):

Tabel 2
SPESIFIKASI PRODUK

NO.	NAMA MENU	GAMBAR PRODUK	SPESIFIKASI PRODUK
1.	<i>Chicken Mala Rice Bowl</i>	 <p><i>Sumber: Google (2024)</i></p>	Makanan ini disajikan yang berbahan dasar Nasi putih dengan ayam yang dicampur dengan bumbu Mala yang memiliki rasa pedas serta komponen lainnya seperti sayuran timun dan selada.
2.	<i>Chicken Cheese Rice Bowl</i>	 <p><i>Sumber: Google (2024)</i></p>	Makanan ini disajikan yang berbahan dasar Nasi putih dengan ayam yang dicampur dengan saus keju yang memiliki rasa gurih, <i>creamy</i> dan ada rasa sedikit manis serta komponen lainnya seperti sayuran timun dan selada.
3.	<i>Chicken Barbeque Rice Bowl</i>	 <p><i>Sumber: Google (2024)</i></p>	Makanan ini disajikan yang berbahan dasar Nasi putih dengan ayam yang dicampur dengan saus <i>Barbeque</i> yang memiliki rasa manis, gurih serta komponen lainnya seperti sayuran timun dan selada.

**Tabel 2
(lanjutan)**

4.	<i>Ice Tea</i>	 <p><i>Sumber: Google (2024)</i></p>	<p><i>Minuman yang disajikan menggunakan bahan dasar teh yang dicampur dengan gula dan es batu.</i></p>
5.	<i>Ice Lemon Tea</i>	 <p><i>Sumber: Google (2024)</i></p>	<p><i>Minuman yang disajikan menggunakan bahan dasar teh yang dicampur dengan perasan buah lemon dengan sedikit gula dan es batu.</i></p>

Sumber: Olahan Penulis (2024)

F. JENIS BADAN USAHA

Badan usaha merupakan suatu kesatuan yuridis ekonomis yang mendirikan usaha untuk menjalankan setiap jenis usaha yang tetap dan terus menerus, didirikan, bekerja, dan berkedudukan di seluruh Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan atau keuntungan finansial, dinkop-umkm.jatengprov.go.id

Suatu jenis perseroan yang didirikan untuk menjalankan bisnis dengan modal yang dibagi menjadi saham-saham, di mana para pemegang saham mengambil bagian dalam jumlah saham tertentu dan melakukan tindakan hukum

oleh nama bersama, tanpa bertanggung jawab sendiri atas persetujuan perseroan, (Hasyim, 2011).

Alasan bisnis kedai *rice bowl* ini menggunakan badan usaha jenis perseorangan dikarenakan bisnis ini didirikan tanpa minimal modal dan memenuhi standar UMKM. Salah satu alasan lain mengapa memilih jenis badan usaha ini yaitu pemilik atau pendiri dapat menjadi direktur pelaksana dari bisnis tersebut sekaligus mitra itu sendiri.

G. ASPEK LEGALITAS

Legalitas usaha atau dapat disebut sebagai perizinan usaha dapat diartikan menjadi suatu unsur penting dalam menunjukkan identitas diri untuk melegalkan usaha itu sendiri dengan tujuan agar mampu dalam masyarakat (Indrawati & Fadhila, 2021).

Adapun pengertian dari legalitas usaha yang merupakan sumber informasi yang bersifat resmi dimana di dalamnya memuat informasi yang terkait pada usaha tersebut dalam rangka mempermudah siapa saja yang ingin memerlukan segala jenis informasi mengenai usaha tersebut seperti identitas maupun segala jenis yang bersangkutan dengan dunia bisnis atau usaha dan pendirian perusahaan, serta kedudukannya, Purnawan dan Abdillah (2020:3).

Legalitas usaha dapat didefinisikan sebagai sumber informasi untuk memperoleh kesimpulan yang kuat tentang berjalan atau tidaknya sebuah ide bisnis, studi kelayakan bisnis yang mendalam perlu dilakukannya dalam beberapa aspek kelayakan bisnis, yaitu aspek hukum aspek lingkungan, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek finansial serta aspek manajemen dan sumber daya manusia, Suliyanto (2010:9)

Oleh sebab itu, berikut ini merupakan aspek legalitas atau landasan hukum yang mendasari untuk mendirikan suatu usaha kedai *rice bowl* AMAL yang tertera dalam pasal 14 huruf e UU No. Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengatur jasa makanan dan minuman. Selain itu, pasal 4 huruf D Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM/87/HK.501/2010 mengatur tata cara pendaftaran usaha jasa makanan dan minuman:

- 1) KTP (Kartu Tanda Penduduk) Pemilik Usaha.
- 2) Akta Pendirian Badan Usaha.
- 3) NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) bagi pemilik dan perusahaan.
- 4) UU No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan.
- 5) Peraturan Menteri No. 1 Tahun 1999 Pasal 1 Ayat 1 yang mengatur tentang upah yang layak.
- 6) Mendapatkan Surat Izin Gangguan (HO).
- 7) Sudah membuat Sertifikat Laik Sehat (SLS).
- 8) Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP).

