

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berkembangnya industri di Indonesia, usaha makanan dan minuman semakin berkembang dan bervariasi dalam melakukan penjualan dan pengembangan produk dengan menyesuaikan pola kehidupan masyarakat. Tidak sedikit para pebisnis yang membuka usaha dibidang makanan dan minuman, sehingga dengan banyaknya para pebisnis yang memulai membuka usahanya menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Usaha merupakan suatu jenis bisnis yang akan menjalankan kegiatan yang bersifat pasti hingga berkelanjutan untuk mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu perseorangan maupun tidak berbadan hukum aktif dan bertempat tinggal di wilayah dalam negara.

Hal ini ditunjukkan oleh banyak pengusaha dari berbagai jenis usaha yang memungkinkan semakin banyak bermunculan di Indonesia. Dengan adanya perusahaan di bidang kuliner dengan prospek usahanya bagus. Hal ini terjadi karena ketersediaan makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia.

Selain itu, pertumbuhan industri kuliner disebabkan oleh berkembangnya industri pariwisata dengan berkembang pesat yang dikembangkan pemerintah untuk meningkatkan nilai pariwisata Indonesia. Hal ini dibuktikan oleh fakta bahwa destinasi wisata semakin berkembang seiring dengan pembangunan taman hiburan dan fasilitas hiburan lainnya, yang memberikan prospek yang sangat menguntungkan bagi para pemula dan pengusaha pariwisata. Banyak kota wisata memiliki daya tarik unik sekaligus peluang besar untuk memulai bisnis kuliner baru.

Wisata kuliner adalah perjalanan yang melibatkan konsumsi produk pangan lokal di lokasi wisata dengan tujuan utama untuk menikmati makanan dan minuman dan/atau mengikuti kegiatan kuliner seperti kelas memasak, pusat industri makanan dan minuman serta mendapatkan pengalaman yang berbeda dalam mencicipi makanan dan minuman.

Usaha UMKM didirikan oleh usaha seseorang. Banyak masyarakat yang menilai UMKM hanya menguntungkan bagi beberapa orang. Padahal, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bagian yang sangat penting dari dalam untuk mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat menampung banyak karyawan Indonesia yang tidak memiliki pekerjaan. (Munthe, 2023).

Usaha yang ditawarkan oleh penulis termasuk kedalam golongan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Karena sektor UMKM di Indonesia berkembang pesat, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur definisi UMKM di Indonesia. Selain itu, UMKM menunjukkan berbagai sumber daya alam yang belum diolah secara komersial dan dapat membantu mengolah sumber daya alam yang ada di setiap daerah di Indonesia. UMKM juga telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah dan negara Indonesia dalam meningkatkan pendapatan lokal dan nasional Indonesia.

Menurut (Osterwalder, 2012), BMC adalah bahasa yang sama yang dapat digunakan untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Oleh karena itu, perusahaan dapat mengembangkan dan menggambarkan model bisnis mereka dengan ide ini, kemudian mengubahnya untuk menghasilkan strategi baru yang sesuai dengan keadaan perusahaan. BMC membagi konsep bisnis yang kompleks yang terdiri dari sembilan bidang bangunan yang tersusun dalam satu

lembar *canvas*, yang mencakup *value proposition*, *customer relationship*, *channel*, *customer segments*, *key resource*, *key activities*, *key partnership*, *revenue stream* dan *cost structure*. Selain itu juga mencakup analisis strategi internal dan eksternal perusahaan.

Menurut Wikitionary (2010:22), Kedai adalah tempat tertutup di mana perdagangan dan jual beli barang-barang tertentu dengan nilai tukar. Kedai diartikan sebagai sebuah restoran atau kedai kecil yang biasanya menjual minuman, masakan sederhana, makanan ringan, atau snack, dengan fasilitas dan peralatan pendukung yang menunjang. Banyak sekali jenis kedai yang terdapat di Bintaro, Tangerang Selatan seperti kedai kopi, kedai teh, kedai jamu, kedai nasi, kedai es krim, dan kedai snack. Secara umum, kedai biasanya mengusung konsep yang merakyat, sehingga desain yang digunakan juga cenderung sederhana dan apa adanya.

Saat mengunjungi suatu kedai, Konsumen tidak hanya mencari produk makanan dan minuman mereka juga ingin merasakan pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, pebisnis harus menggunakan strategi marketing experiential untuk memberikan pengalaman tersebut. Strategi ini harus mampu menimbulkan perasaan dan menyentuh emosi konsumen.

Kota Tangerang Selatan merupakan kota padat yang terletak di Provinsi Banten juga salah satu kota besar di wilayah Jabodetabek. Kehidupan di Kota Tangerang Selatan berkembang cukup pesat. Pada tahun 2008, Sejak dipisahkan dari Kabupaten Tangerang, Tangerang Selatan terus mengalami perkembangan pesat dalam berbagai bidang. Perkembangan kota ini tercermin pada sektor pariwisata, selain infrastruktur dan infrastruktur. Kota ini meningkat secara ekonomi dan sosial dibandingkan kota-kota lain di Jabodetabek, meskipun usianya masih lebih muda.

Berdasarkan data dari Disdukcapil Kota Tangerang Selatan Tahun 2022, jumlah penduduk Kota Tangerang Selatan berdasarkan hasil data Konsolidasi bersih (DKB) semester I tahun 2022 sebanyak 1.376.734 jiwa. Peluang pasar yang luas di kota ini menarik banyak orang untuk tinggal. Kita dapat membuka bisnis apa saja di bidang ini, jadi segala jenis kebutuhan penghasil uang tersedia dengan mudah. Salah satu alasan untuk memulai bisnis baru adalah lokasinya yang strategis di Tangerang Selatan, dekat dengan banyak kota dan kabupaten besar.

Indonesia kaya akan rempah-rempah yang melimpah yang membuat Indonesia kaya akan cita rasa. Banyaknya usaha makanan fast food, barat, western dan lainnya yang ada di Bintaro, Tangerang Selatan membuat para pengunjung kurang variatif dalam memilih makanan. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk memilih hidangan dengan kaya akan cita rasa yang otentik.

Berkembangnya kuliner khas Jawa dan Sunda mulai dari makanan pokok hingga jajanan dan lauk pauk menjadi salah satu aset budaya masyarakat Jawa dan Sunda yang harus dilestarikan. Mewariskan makanan Jawa dan Sunda secara turun temurun adalah salah satu cara untuk melestarikan budaya ini. Namun, hal-hal konvensional telah jauh ditinggalkan di era digital, dimana semua hal-hal dapat diselesaikan dengan cepat dan mudah. Generasi muda tidak lagi menyukai masakan Sunda asli, tetapi lebih suka makanan cepat saji, masakan barat, dan variasi lainnya. Ini adalah salah satu alasan mengapa remaja tidak memiliki pengetahuan kuliner yang baik.

Penulis melakukan data pra-survey dengan cara menganalisa data lingkungan dengan mengunjungi langsung lokasi tersebut dan melakukan dengan metode kuisisioner dan terdapat sebanyak 28 responden. Analisa yang dilakukan oleh penulis tujuannya adalah untuk mengetahui elemen apa saja yang dapat mempengaruhi

keputusan pembeli untuk membeli jasa atau produk sesuai dengan BMC yang telah penulis buat.

Berdasarkan hasil analisa penulis, berikut ini adalah aspek-aspek yang berdampak pada keputusan pelanggan untuk membeli jasa atau produk, yaitu sebanyak 82,1% menyukai makanan manis sedangkan sebanyak 17,9% menyukai makanan gurih, kemudian pilihan menu yang paling banyak di minati adalah Ayam bakar sebanyak 82,1% dan Gudeg sebanyak 17,9%.

Dari data yang sudah penulis dapatkan diatas. Serta hasil kuisioner yang telah dilakukan penulis dapatkan. Penulis dapat menyimpulkan bahwa di daerah Bintaro, Tangerang Selatan, tepatnya di Jl. Taman Jajan CBD Sektor 7 sangat layak untuk didirikan usaha kedai makan karena lokasi yang penulis tentukan merupakan daerah yang ramai pengunjung karena berdekatan dengan kawasan jalan Jl. Boulevard Bintaro Jaya yang dimana merupakan kawasan dagang dan perkantoran yang selalu ramai. Selain itu juga lokasi yang penulis tentukan sangat strategis karena berdekatan dengan Rumah Sakit Premier Bintaro dan juga Hotel Shantika. Yang dimana dapat menarik perhatian utama untuk para pegawai kantoran sebagai tempat istirahat saat jam istirahat.

Peluang usaha bisnis kedai di Bintaro, Kota Tangerang Selatan memiliki peluang yang cukup besar karena memiliki banyak penduduk dan populasi yang cukup besar, sehingga bisnis dalam kuliner dapat berkembang. Berkembangnya sebuah usaha pada suatu tempat menjadi faktor keberhasilan usaha yang didirikan, karena semakin banyak jumlah penduduk disuatu lokasi dapat menentukan peluang dalam menjalankan sebuah bisnis yang akan didirikan.

Penulis menyadari bahwa adanya perbandingan dan juga permasalahan dari data yang didapat, Hal ini yang menjadi dasar penulis untuk menyusun Tugas Akhir ini

dalam bentuk perencanaan bisnis dengan judul **“PERENCANAAN USAHA KEDAI MAKAN “JANDA” DI BINTARO, TANGERANG SELATAN”**.

Dengan demikian, penulis akan menggunakan nama "JANDA" dalam perencanaan usaha kedai. Nama “JANDA” merupakan gabungan dari kata Jawa dan Sunda yang memiliki makna dimana para konsumen dapat menikmati makanan dan minuman dengan mendapatkan citra rasa yang khas. Kedai makanan "JANDA" mungkin menjadi hasil dari pemilihan nama yang penuh harapan membuat tempat untuk berbagai kalangan untuk singgah menikmati makanan dan minuman yang memiliki citra rasa yang khas.

B. Gambaran Umum Bisnis

Dunia bisnis merupakan ranah yang kompleks dan dinamis, penuh dengan peluang dan tantangan. Bisnis dapat dilakukan oleh individu maupun kelompok, baik secara personal maupun melalui badan usaha. Bisnis berfokus pada memenuhi kebutuhan manusia melalui penciptaan produk atau layanan dan pertukarannya dengan konsumen.

Secara sederhana kegiatan bisnis merupakan kegiatan oleh individu atau kelompok melalui proses penciptaan, pertukaran kebutuhan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan khususnya secara finansial. Gambaran umum bisnis dapat diartikan sebagai penjelasan tentang kegiatan yang signifikan dalam ekonomi, Samsudin, M.M (2021 : 1).

Dalam gambaran bisnis dari usaha Kedai Makan “JANDA” yang akan dibangun oleh penulis yaitu, membuat dan menjual produk dari menu bisnis yang akan dilaksanakan oleh penulis adalah suatu kedai makanan dan minuman. Penulis

mempunyai konsep kedai yang bertema tradisional dan berkesan seperti rumahan agar masyarakat tertarik dan merasa nyaman untuk berada di kedai tersebut.

1. Deskripsi Bisnis

Menurut (Griffin, 2007), Organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan disebut bisnis. Dengan menggunakan definisi ini, penulis menyimpulkan bahwa bisnis adalah tindakan yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghasilkan produk atau jasa dengan tujuan mendapatkan keuntungan, sehingga meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Ide bisnis dari Usaha Kedai Makan yang akan dibuat oleh penulis memiliki konsep “Kedai”. Dimana konsep ini bertujuan untuk menawarkan keuntungan baik bagi penulis dan konsumen nantinya, dimulai dari konsumen yang dapat menikmati produk makanan tradisional ditempat (dine in) dan menikmati produk minuman yang dapat menjadi alternatif tempat makan bagi semua kalangan.

Dengan seiringnya perkembangan jaman, konsep merupakan hal yang cukup signifikan bagi para pengunjung untuk mengunjungi sebuah kedai. Dimana fungsi kedai sendiri tidak hanya sebagai tempat makan dan minum saja, Oleh karena itu konsep yang penulis usung merupakan konsep yang cocok dengan generasi sekarang.

Bisnis yang akan dilaksanakan oleh penulis adalah suatu kedai makanan dan minuman. Penulis mempunyai konsep kedai yang bertema tradisional dan berkesan seperti rumahan agar masyarakat tertarik dan merasa nyaman untuk berada di kedai tersebut. Dekorasi dari kedai ini tentunya akan sesuai dengan temanya dan perlengkapan makan dan minum pun akan menyesuaikan seperti

pada tempo dulu agar kesan rumahan semakin terasa. Kedai ini akan diberi nama Kedai Makan “JANDA”.

Dengan permasalahan yang telah penulis sampaikan, maka dari itu penulis berencana untuk membuat usaha bisnis kedai makanan dan minuman dengan berbasis khas tradisional yang menggunakan bahan baku berkualitas premium agar masyarakat Indonesia tidak lagi hanya mengkonsumsi makanan fast food, barat atau western. Kedai Makan “JANDA” merupakan sebuah usaha yang direncanakan penulis dalam industri makanan dan minuman khususnya khas tradisional. Kedai Makan “JANDA” akan memiliki temanya dan perlengkapan makan dan minum pun akan menyesuaikan seperti pada tempo dulu agar kesan rumahan semakin terasa. Konsep atau tema dari pada usaha yang penulis rancang akan menggunakan konsep tradisional yang memiliki daya tarik seluruh kalangan terutama pada kalangan remaja.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Sebuah usaha pasti memiliki desain logo untuk menjadikan sebuah ciri khas usaha tersebut dan biasanya sebuah logo pasti memiliki filosofi tersendiri yang didalamnya memiliki arti dan harapan tersendiri untuk usahanya.

Menurut (Kartika, 2015), Logo adalah salah satu bagian suatu identitas tanda atau gambar yang berfungsi untuk melambangkan tujuan positif dari barang atau jasa yang dimiliki. Dengan menampilkan gambar atau tulisan pada logo, biasanya membuat merek dan simbol lebih mudah diingat dan dipahami. Logo juga memiliki nilai yang tidak dapat dilupakan. Logo yang kuat dapat membuat merek menjadi lebih familiar bagi pelanggan dan mudah diingat.

Dalam membuat suatu bisnis usaha, logo dan nama sangat penting karena akan membentuk identitas perusahaan yang akan didirikan. Dengan demikian, penulis

akan menggunakan nama "JANDA" dalam perencanaan usaha kedai. Nama "JANDA" merupakan gabungan dari kata Jawa dan Sunda yang memiliki makna dimana para konsumen dapat menikmati makanan dan minuman dengan mendapatkan citra rasa yang khas. Kedai Makan "JANDA" mungkin menjadi hasil dari pemilihan nama yang penuh harapan membuat tempat untuk berbagai kalangan untuk singgah menikmati makanan dan minuman yang memiliki citra rasa yang khas.

Gambar 1. 1

Logo Kedai Makan "Janda"



Sumber : Olahan Penulis (2024)

Saat memilih jenis font, penulis menggunakan font "Archivo black" untuk kata "Kedai Makan" dan font "Jawa Palsu" yang merupakan nama dari pada brand usaha "JANDA". Alasan saya menggunakan kedua font ini karena cocok dengan konsep tradisional kedai yang penulis gunakan.

Maka dari itu, logo yang akan dibuat oleh penulis memiliki makna dalam setiap gambar, yaitu kata "JANDA" yang merupakan nama dari pada brand usaha. Warna coklat yang menunjukkan memberikan kesan yang hangat, aman, dan juga nyaman ketenangan yang menciptakan suasana santai untuk menikmati produk. Sedangkan warna merah yang menunjukkan kegembiraan, harapan, membawa energi keberanian, semangat, cinta, dan solidaritas. Selain itu, sangat mungkin

besar bahwa warna merah akan menarik pelanggan potensial untuk mencoba suatu produk. Gambar atap rumah joglo yang menjadi simbol terkait dengan produk utama dalam bisnis yang akan dijalankan, yaitu makanan minuman khas Jawa dan Sunda.

3. Identitas Bisnis

Menurut (Luzar dan Monic 2013:532), Identitas bisnis merupakan bentuk mengkomunikasikan keunikan dan kualitas produk, yang didasarkan pada desain tertentu dan bertujuan untuk tujuan praktis dalam menciptakan identitas.

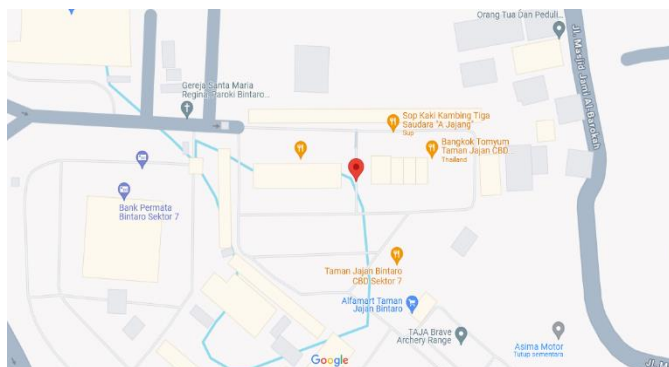
Cara sebuah bisnis mengidentifikasi dirinya Kedai Makan “JANDA” yang akan penulis bangun ini memiliki keunggulan produk yang membedakan dengan usaha sejenis lainnya. Penulis akan menggunakan bahan-bahan pilihan, dengan resep yang penulis punya sendiri, dan menawarkan pilihan menu yang beragam. Setelah membahas keunggulan produk, penulis merencanakan komponen yang digunakan untuk memberikan kesan unik kepada pelanggan dan membedakannya dari pesaing.

Pilihan lokasi bisnis yang tepat sangat penting untuk keberhasilan atau kegagalan bisnis di masa depan. Lokasi adalah tempat bisnis melakukan operasi untuk menghasilkan barang dan jasa ekonomi yang penting, (Tjiptono 2017:106). Dengan adanya strategi lokasi, perusahaan ingin memaksimalkan keuntungan yang dapat mereka peroleh dari lokasi bisnis tersebut, (Heizer 2012:112).

Penulis memilih lokasi usaha di Kota Tangerang Selatan, tepatnya berada di Jl. Taman Jajan CBD Sektor 7 Bintaro Selatan, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Bangunan ini berada tepat di taman jajan CBD sektor 7, lokasi kuliner terkenal di Bintaro, dan memiliki letak yang sangat strategis.

Gambar 1. 2

Denah Lokasi Kedai Makan “Janda”

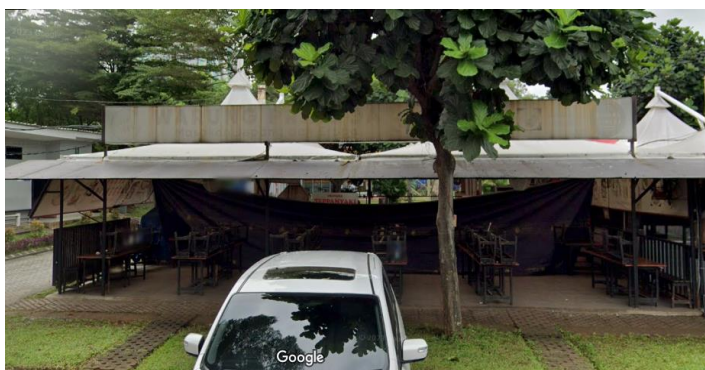


Sumber : Google Maps (2024)

Jl. Taman Jajan CBD Sektor 7 Bintaro Selatan, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren,
Kota Tangerang Selatan, Banten 15412

Gambar 1. 3

Tempat Usaha Kedai Makan "Janda"



Sumber : Google Maps (2024)

C. Visi dan Misi

Menurut (Ritson, 2013), Visi adalah pandangan mengenai jalan yang luas menuju masa depan. Visi menunjukkan apa yang membuat perusahaan unik dan membatasi seberapa jauh aktivitas perusahaan dapat dicapai untuk mencapainya. Selain itu, misi menjelaskan alasan utama perusahaan berdiri dan rencana jangka pendek untuk menyelesaikannya.

1. Visi

Visi dari Kedai Makan “JANDA” yaitu menjadikan Kedai tujuan utama bagi konsumen yang menyajikan beragam jenis makanan dan minuman tradisional dengan kualitas terbaik.

2. Misi

- a. Menawarkan tempat yang nyaman dan aman bagi konsumen untuk menjadi tujuan utama
- b. Menawarkan menu dengan beragam jenis pilihan
- c. Menyajikan produk makanan dan minuman dengan kualitas terbaik.
- d. Memberikan pelayanan yang dapat memuaskan serta memberikan kesan yang baik pada konsumen

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk melihat dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik internal dan eksternal perusahaan untuk tujuan bisnis. Analisis SWOT adalah analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) serta peluang (Opportunity) sambil mengurangi kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan dalam untuk mengevaluasi suatu masalah bisnis berdasarkan faktornya.

1. Strength (Kekuatan)

- a. Menjual produk dengan harga yang terjangkau semua kalangan
- b. Konsistensi citra rasa produk dan pelayanan.
- c. Konsep yang tradisional, tentunya *homey, cozy* serta nyaman.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Usaha bisnis yang masih baru sehingga masyarakat belum mengenal kedai ini.
- b. Ukuran tempat yang tidak terlalu besar

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Pesaing dengan konsep serupa terbilang sedikit
- b. Memiliki target pasar yang luas

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Perubahan harga bahan baku yang tidak bisa diperkirakan.
- b. Perubahan kebiasaan konsumen yang mengikuti tren.

Tabel 1. 1

Matriks Swot Analysis

	<u>STRENGTH</u>	<u>WEAKNESS</u>
	<ul style="list-style-type: none">- Konsep yang tradisional, tentunya <i>homey, cozy</i> serta nyaman.- Menjual produk dengan harga yang terjangkau- Konsistensi citra rasa produk dan pelayanan	<ul style="list-style-type: none">- Ukuran tempat yang tidak terlalu besar- Usaha bisnis yang masih baru sehingga masyarakat belum megenal kedai ini.
<u>OPPORTUNITIES</u>	<u>ANALISIS S-O</u>	<u>ANALISIS W-O</u>
<ul style="list-style-type: none">- Pesaing dengan konsep serupa terbilang sedikit- Dilokasi yang terjangkau untuk konsumen dan akses jalan yang mudah dilalui kendaraan	<ul style="list-style-type: none">- Membuat petunjuk kedai sehingga menarik minat pelanggan- Membuat <i>design</i> kedai yang menarik sehingga mampu bersaing dengan kedai lain.	<ul style="list-style-type: none">- Melakukan promosi lebih untuk menarik perhatian para konsumen.- Konsisten menyajikan produk dengan bahan kualitas terbaik.

<u>THREAT</u>	<u>ANALISIS S-T</u>	<u>ANALISIS W-T</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Perubahan harga bahan baku yang tidak bisa diperkirakan. - Perubahan kebiasaan konsumen yang mengikuti tren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan inovasi terhadap menu seiring berkembangnya tren. - Membuat Strategi untuk mempromosikan hidangan kedai makan "JANDA" 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengikuti tren yang terus berkembang. -

Sumber : Olahan Penulis (2024)

E. Spesifikasi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan dan dikonsumsi serta dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Spesifikasi produk adalah komponen produk yang penting bagi konsumen dan berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan perusahaan tentang apakah konsumen akhir akan puas atau tidak, Tjiptono (2008:103). Dengan demikian, produk berfungsi sebagai alat untuk memuaskan pelanggan atau pembeli dan juga dapat menjadi simbol positif bagi suatu perusahaan atau usaha bisnis karena kualitas produk tersebut dapat diterima oleh pelanggan.

Tabel 1. 2

Spesifikasi Produk Makanan

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN
1.	Nasi Liwet Ayam bakar		Pada saat penyajian produk akan menggunakan piring rotan yang dialasi dengan daun pisang.

2.	Rawon		Pada saat penyajian produk akan menggunakan mangkok dan piring untuk nasi.
3.	Gudeg		Pada saat penyajian produk akan menggunakan piring rotan yang dialasi dengan daun pisang.

Sumber foto : Pinterest

Tabel 1. 3

Spesifikasi Produk Minuman

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN
1.	Es Dawet Ireng		Pada penyajian Es Dawet ireng menggunakan mangkok kecil.
2.	Bajigur		Pada penyajian aneka minuman panas akan menggunakan gelas tradisional.
3.	Wedang Angsle		Pada penyajian Wedang Angsle menggunakan mangkok kecil.

Sumber foto : Pinterest

F. Jenis Badan Usaha

Dalam merancang perencanaan bisnis atau usaha ini, penulis telah memutuskan untuk memilih Perseroan Perorangan sebagai badan usaha dari usaha rancangan penulis.

Menurut UU No. 11 tahun 2020 tentang cipta kerja “Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham atau Badan Hukum perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro dan Kecil sebagaimana diatur dalam peraturan perundangundangan mengenai Usaha Mikro dan Kecil”.

Berdasarkan studi literatur penulis, Perseroan Perorangan memiliki kelebihan sebagai berikut :

1. Mendapatkan kepastian status badan hukum;
2. Pemisahan kekayaan pribadi dengan kekayaan perseroan;
3. PT Perseorangan akan memiliki NPWP sendiri;
4. Pendirian sangat mudah, bisa dilakukan sendiri secara online (tidak perlu ke notaris);
5. Modal pendirian bebas (bisa Rp0 s.d Rp5 miliar);
6. Bisa membuat rekening bank atas nama perseroan;
7. Sertifikat bisa digunakan sebagai kelengkapan legalitas pengajuan pinjaman modal ke bank dan investor;
8. *One tier system*, pendiri menjadi direktur sekaligus pemegang saham;
9. Prioritas apabila ada program pemerintah yang dikhususkan untuk pelaku UMKM.

G. Aspek Legalitas

Selain memilih badan usaha dalam merancang bisnis atau usaha ini, penulis juga harus memperhatikan aspek legalitas serta undang undang dalam perenanaan bisnis dengan jenis badan usaha Perseroan Perorangan. Oleh karena itu aspek perundang undangan atau dasar hukum dalam merancang bisnis ini adalah sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Perpu 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang
2. Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja
3. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Modal Dasar Perseroan Serta Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Perseroan Yang Memenuhi Kriteria Untuk Usaha Mikro dan Kecil;
5. Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 21 Tahun 2021 tentang Syarat dan Tata Cara Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Badan Hukum Perseroan Terbatas.