

## **BAB 1**

### **DESKRIPSI BISNIS**

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

Seiring perkembangan zaman 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 makan dan minuman, baik minuman dengan kandungan alkohol ataupun non alkohol, sehingga dengan banyaknya para pebisnis yang memulai membuka usahanya menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Kota Bandung merupakan sebuah kota padat yang terletak di Provinsi Jawa Barat, kehidupan di Kota Bandung termasuk dalam pertumbuhan yang cukup cepat. Melihat dari data kunjungan yang penulis dapat melalui situs Portal Bandung, kunjungan wisata masyarakat ke Kota Bandung baik wisatawan lokal maupun mancanegara pada tahun 2023 di bulan Juni mencatat sebanyak 2.252.966 berkunjung ke Kota Bandung, pada triwulan pertama pada tahun 2023 jumlah wisatawan yang berkunjung sekitar 1.422.673 orang. Aktivitas perekonomian di Kota Bandung sebagian besar berasal dari sektor perdagangan, hotel dan juga restoran dikarenakan Bandung dikenal dengan Kota Wisata dan juga wisata kulinernya yang tidak kalah menarik dari kota-kota lainnya di Indonesia.

Wisata kuliner merupakan suatu perjalanan yang didalamnya meliputi kegiatan mengkonsumsi makanan lokal dari suatu daerah perjalanan dengan tujuan utamanya adalah menikmati makanan dan minuman atau mengunjungi

suatu kegiatan kuliner, seperti sekolah memasak, mengunjungi pusat industri makanan dan minuman, serta mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika mengkonsumsi makanan dan minuman.

Pada saat ini usaha yang semakin berkembang adalah *coffee shop*, dimana dalam satu wilayah bisa terdapat banyak *coffee shop*. Tidak hanya *coffee shop*, saat ini usaha yang sudah mulai berkembang adalah *cafe* teh dimana peminat teh tidak kalah banyaknya dari peminat kopi. Cafe Teapotto dan Teabumi merupakan cafe teh yang cukup terkenal yang memiliki penilaian yang cukup memuaskan dari pelanggan, selain itu cafe Teapotto dan Teabumi juga memiliki varian menu dan juga tempat yang nyaman. Saat ini fenomena cafe teh di Kota Bandung menjadi sebuah bagian dari fenomena lain berupa kegandrungan masyarakat terhadap media sosial dan fotografi juga turut membuat *cafe society* lebih berkembang. Sifat masyarakat yang kerap menggunakan media sosial untuk berbagi tentang kehidupan pribadi dalam lingkaran pertemanan guna menunjukkan eksistensi diri menjadi salah satu alasan lain untuk secara frekuen datang dan berinteraksi di sebuah cafe (Haristianti 2016).

Fenomena *cafe society* telah menjadi gaya hidup yang populer dikalangan masyarakat urban, salah satunya di Indonesia. Saat ini cafe bukan hanya sekedar tempat untuk menikmati kopi dan makanan ringan, tetapi telah menjadi ruang publik bagi masyarakat untuk beraktivitas. Cafe tidak hanya menjadi tempat untuk minum kopi, tetapi dapat membangun koneksi dan salah satunya adalah mengekspresikan diri. (Farasa, N dan Kusuma 2015).

Teh adalah bahan minuman penyegar yang sudah lama dikenal dan sudah membudidaya dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Beberapa kandungan senyawa kimia dalam teh dapat memberi kesan warna, rasa dan aroma yang dapat memuaskan peminumnya (Anjarsari .I.R.D 2016). Terdapat 6 jenis teh yang telah beredar di dunia, yaitu *white tea*, *yellow tea*, *oolong tea*, *black tea* dan *Pu-Erh tea* atau dikenal pula dengan *dark tea*. Keenam jenis teh tersebut berasal dari spesies tanaman yang sama, yaitu *Camellia Sinensis*. Masing-masing kategori teh diproduksi dengan cara berbeda dan menyebabkan mereka memiliki karakteristik yang unik (Valeria 2021).

Di sisi lain konsumsi teh masyarakat Indonesia yang masih tergolong rendah yaitu pada tahun 2015 konsumsinya 0,18 kg/kap/tahun, mengalami penurunan dibandingkan konsumsi teh pada tahun 2002 sebesar ,77 kg/kap/tahun. Konsumsi teh tertinggi dicapai pada tahun 2007 yaitu sebear 078 kg/kap/tahun. Salah satu upaya untuk mengatasi surplus teh di Indonesia yaitu dengan pacar meningkatkan konsumsi teh dalam negeri, populasi di Indonesia pada 30 Juni 2016 adalah 257.912.346 (Setiawan, 2016). Memahami perilaku konsumen teh merupakan informasi pasar yang sangat penting bagi sektor agribisnis teh. Informasi ini sangat diperlukan sebagai bahan masukan untuk merencanakan dan mengembangkan produk dan memasarkannya dengan baik. Oleh karena itu perlu untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli suatu produk (Kotler & Keller, 2009).

Mengetahui karakteristik dari konsumen menjadi hal yang sangat penting karena dinilai dapat membuat pemasar menghemat biaya dalam melakukan

pemasaran, hal tersebut terkait dengan para pemasar telah mengetahui siapa saja para konsumen potensial mereka, maka para pemasar teh dapat menganalisa strategi pemasaran yang tepat berdasarkan dengan karakteristik para konsumen yang dapat diterapkan oleh para pemasar teh di Indonesia. Setelah mengetahui karakteristik dari para peminum teh maka dapat dianalisa bagaimana strategi pemasaran yang paling tepat di Indonesia guna untuk meningkatkan konsumsi teh. Hal ini merupakan hal yang penting mengingat bahwa Indonesia harus berusaha untuk bisa meningkatkan konsumsi dalam negeri sebagai salah satu cara untuk mengatasi surplus teh yang di proyeksikan terus mengalami peningkatan sampai tahun 2020 mencapai jumlah sebesar 56.877 ton. (Sekretariat Jenderal Kementrian Pertanian, 2016).

Teh di Indonesia biasanya digunakan sebagai bahan campuran atau *tea blend* dan masih jarang nya masyarakat mengkonsumsi *pure* teh atau *single origin tea*. *Single Origin Tea* adalah teh yang berasal dari daerah atau wilayah tertentu dalam suatu negara. Teh ini diolah tanpa dicampur dengan teh lainnya sehingga menghasilkan rasa yang khas dan unik dan tidak lupa dari cerminan rasa aslinya. Bagi para pecinta teh, *Single Origin Tea* sangat cocok untuk mendapatkan pengalaman baru dalam setiap tegukan yang menciptakan rasa dan aroma yang berbeda. Keunikan dari *Single Origin Tea* membuat memiliki harga yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan *Tea blend* karena memiliki proses pengolahan yang dilakukan dengan sangat hati-hati dan ketelitian yang cukup tinggi untuk menjaga kemurnian dari rasa teh. (Valeria 2021)

*Tea blend* atau *Tea blending* merupakan sebuah seni meracik teh dengan memadukan berbagai jenis teh dan bahan tambahan seperti bunga, buah, herbal dan rempah-rempah. Tujuan utama dari *Tea blending* adalah untuk meningkatkan nilai dan daya jual dari teh, *tea blending* juga menawarkan berbagai manfaat misalnya untuk mencapai fungsi kesehatan tertentu, menjaga keseimbangan rasa dan menjaga konsistensi rasa dan menambah variasi dengan perpaduan yang tidak terbatas. (Valeria 2021)

Peluang usaha bisnis cafe di Kota Bandung memiliki peluang yang cukup besar karena memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak, 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. Alasan penulis memilih Paskal sebagai lokasi usaha adalah karena lokasinya yang cukup strategis di Kota Bandung yang terdapat tempat berbelanja, stasiun kereta api dan berbagai fasilitas yang berada dekat dengan daerah Paskal. Paskal dikenal dengan kawasan yang cukup ramai dengan berbagai aktivitas seperti salah satunya adalah tempat kulinernya yang cukup terkenal dengan berbagai restoran dan juga cafe. Dikenal dengan lingkungan yang dinamis dengan berbagai macam tipe pengunjung, mulai dari mahasiswa, pekerja kantoran dan keluarga. Dengan pertimbangan yang telah penulis paparkan, penulis memilih Paskal untuk lokasi bisnis cafe teh adalah sebuah keputusan yang strategis dan cukup berpotensi besar dalam keberhasilan bisnis kedepannya.

Usaha bisnis ini diusulkan oleh penulis dengan melihat potensi yang cukup besar dengan melihat budaya kuliner yang cukup kuat dan beragam di Kota Bandung, mengikuti tren konsumsi teh yang semakin meningkat seiring perkembangan zaman, mengikuti gaya hidup dari masyarakat yang berubah-ubah seiring dengan perkembangan zaman mencari tempat untuk berkumpul, bekerja atau sekedar bersantai, mengambil kesempatan untuk mengedukasi masyarakat akan teh dan mendukung ekonomi lokal dengan bekerja sama dengan para petani teh lokal, menggunakan bahan-bahan lokal dan dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis melihat bahwa saat ini mendirikan usaha cafe mempunyai peluang yang cukup besar minatnya dan terdapat banyaknya pesaing. Dengan melihat masih kurangnya masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi teh lokal, maka dari itu penulis berencana untuk mendirikan usaha bisnis cafe teh sebagai Tugas Akhir dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS CAFE TEH DI KOTA BANDUNG”**.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Penjelasan mengenai pengertian bisnis yaitu sebuah organisasi yang menjual suatu barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan. Menurut sejarah, kata bisnis berasal dari Bahasa Inggris yaitu *business*, dari kata *busy* yang berarti sibuk dalam konteks individu, organisasi, maupun cakupan masyarakat. Dalam artian sibuk

untuk mengerjakan suatu pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (Kamaluddin, 2017:5-6).

Menurut Maulidi (2017), kafe adalah tempat di mana orang bisa bersantai dan berbincang sambil memesan minuman dan makanan. Meskipun termasuk dalam jenis restoran, kafe lebih menekankan pada suasana yang santai, hiburan, dan kenyamanan bagi pengunjung. Oleh karena itu, kafe biasanya dilengkapi dengan tempat duduk yang nyaman dan musik yang lembut.

Kata "café" berasal dari bahasa Prancis yang berarti kopi, namun kini telah digunakan untuk menyebut tempat di mana orang berkumpul dan bersantai, bukan hanya untuk menikmati kopi. Seiring berjalannya waktu, kafe tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga berbagai minuman lain seperti teh, mocktail, dan cocktail, serta makanan ringan. Umumnya, kafe tidak menawarkan menu makanan utama, melainkan menyediakan makanan ringan sebagai pendamping dan memberikan hiburan bagi para pengunjung (Maulidi, 2017).

Dengan peluang yang telah di sampaikan, oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat usaha bisnis *cafe* minuman dengan berbasis teh dengan menggunakan teh berkualitas premium agar masyarakat Indonesia tidak lagi hanya mengonsumsi teh sisa. Maka dari itu penulis berencana menghadirkan *cafe* teh yang akan memiliki konsep *cafe* modern yang bisa mengedukasi para konsumen dengan desain *cafe* yang kekinian dan juga dapat menyampaikan pengetahuan dan juga manfaat teh. Pada *cafe* yang

penulis rencanakan tidak hanya menyajikan minuman dengan teh, tetapi juga menyediakan makanan ringan sebagai pendamping. Konsep daripada usaha yang penulis rancang akan menggunakan konsep modern yang memiliki daya tarik seluruh kalangan terutama pada kalangan remaja.

## **2. Deskripsi Logo dan Nama**

Menurut Rustan (2013:13), logo adalah singkatan dari logotype. Istilah ini muncul pada tahun 1937 dan sekarang lebih sering digunakan daripada logotype. Logo dapat berupa tulisan, logogram, gambar, ilustrasi, dan lain sebagainya. Saat ini, kata logo lebih banyak dipakai untuk merujuk pada elemen gambar atau simbol yang berfungsi sebagai identitas sebuah bisnis.

Dalam mendirikan sebuah bisnis, logo dan nama memegang peranan penting sebagai identitas bisnis tersebut baik untuk saat ini maupun di masa depan. Oleh karena itu, penulis telah memilih nama Teanity untuk bisnis kafe teh yang direncanakan.

Nama “Teanity” merupakan gabungan dari kata *Tea* dan *Serenity* yang memiliki makna dimana para konsumen dapat menikmati teh dan juga mendapatkan pengetahuan tentang teh melalui desain yang terdapat di dalam cafe. Dengan memilih nama tersebut dengan penuh harapan cafe Teanity dapat menjadi tempat yang nyaman untuk berbagai kalangan untuk singgah menikmati teh, berkumpul dan juga bersantai.

**Gambar 1. 1 LOGO CAFE TEANITY**

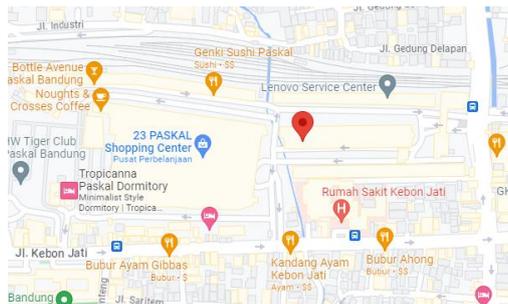


Sumber : Olahan penulis (2024)

Logo yang dibuat oleh penulis yang memiliki makna disetiap gambarnya, yaitu “Teanity” yang merupakan nama daripada brand usaha. Warna biru yang menunjukkan ketenangan dan memberikan warna kuning yang memberikan kesegaran untuk menciptakan suasana dari cafe untuk menikmati secangkir teh. Gambar daun teh yang menjadi simbol terkait dengan produk utama dalam bisnis yang akan dijalankan oleh penulis, yaitu teh.

### **3. Identitas Bisnis**

**Gambar 1. 2 DENAH LOKASI**



Sumber : Googlemaps

Alamat : Jl. Pasir Kaliki No,23, Arjuna, Kec. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172

**Gambar 1. 3 TEMPAT USAHA CAFE**



Sumber : Googlemaps

### **C. Visi dan Misi**

Visi dan misi biasanya disusun saat merencanakan sebuah bisnis karena keduanya menjadi landasan utama usaha tersebut. Visi memberikan pandangan yang akan menjadi tolok ukur pertumbuhan bisnis, menggambarkan masa depan usaha, berkontribusi dalam menentukan skala usaha, serta membayangkan posisi dan arah perkembangan bisnis. Sementara itu, misi berfungsi sebagai panduan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, mengarahkan strategi dan keputusan, serta memotivasi para karyawan.

#### **1. Visi**

Visi dari Teanity yaitu menjadi cafe teh yang menawarkan pengalaman konsumsi teh yang autentik, serta menjadi tempat yang nyaman dan disukai para pelanggan untuk berkumpul, belajar dan juga bekerja jarak jauh.

## 2. Misi

- a. Berkomitmen dalam menyajikan teh dengan kualitas terbaik, sehingga menjadikan pengalaman yang spesial.
- b. Mengembangkan inovasi dalam menu dengan berbagai pilihan teh.
- c. Memberikan pelayanan yang ramah, sangat membantu dan juga profesional untuk dapat menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen.
- d. Menciptakan tempat yang nyaman bagi konsumen untuk berkumpul, belajar dan bekerja jarak jauh.
- e. Mengedukasi pelanggan tentang berbagai jenis teh dan manfaat teh bagi kesehatan untuk meningkatkan pengetahuan tentang teh.
- f. Berkomitmen untuk mendukung dan bekerjasama dengan para petani teh lokal.

## D. SWOT Analysis

Menurut Freddy (2013), analisis swot adalah alat untuk melakukan evaluasi situasi bisnis dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Kekuatan (*strenght*) dan peluang (*opportunity*) digunakan analisi untuk memaksimalkan, sehingga meningkatkan peluang bisnis untuk berkembang dimasa yang akan datang. Kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) diidentifikasi untuk meminimalisir untuk mengurangi hambatan dan resiko yang akan dihadapi oleh sebuah bisnis. Pada intinya, analisis SWOT membantu para pengusaha bisnis untuk memahami posisi mereka pada pasar yang telah

ditentukan, mengidentifikasi peluang dan tantangan, serta mengembangkan bagaimana strategi yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis.

Berikut ini merupakan analisis SWOT dari usaha bisnis yang akan dijalankan penulis :

**1. *Strength* (Kekuatan)**

- a. Cafe teh yang berada dilokasi yang strategis
- b. Menjual produk dengan harga yang terjangkau
- c. Memperkenalkan kepada konsumen teh tradisional dan teh dengan konsep modern dengan memperkenalkan menu

**2. *Weakness* (Kelemahan)**

- a. Perlunya melakukan promosi yang cukup besar.
- b. Usaha bisnis yang masih baru sehingga masyarakat belum megenal cafe ini.

**3. *Opportunity* (Peluang)**

- a. Teh merupakan minuman yang dapat dikonsumsi diberbagai kalangan umur.
- b. Membangun kerjasama dengan produsen teh lokal untuk mendapatkan kualitas teh tinggi dengan harga yang lebih baik.

**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**

	<p><b><u>STRENGTH</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cafe teh yang berada dilokasi yang strategis</li> <li>- Menjual produk dengan harga yang terjangkau</li> <li>- Memperkenalkan kepada konsumen teh tradisional dan teh dengan konsep modern dengan memperkenalkan menu</li> </ul>	<p><b><u>WEAKNESS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlunya melakukan promosi yang cukup besar.</li> <li>- Usaha bisnis yang masih baru sehingga masyarakat belum megenal cafe ini.</li> </ul>
<p><b><u>OPPORTUNITIES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teh merupakan minuman yang dapat dikonsumsi diberbagai kalangan umur.</li> <li>- Membangun kerjasama dengan produsen teh lokal untuk mendapatkan kualitas teh tinggi dengan harga yang lebih baik.</li> </ul>	<p><b><u>ANALISIS S-O</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memanfaatkan lokasi cafe yang strategis untuk menarik perhatian pelanggan dari berbagai kalangan umur dengan menawarkan berbagai pilihan teh tradisional dan teh modern.</li> <li>- Mengembangkan kemitraan dengan para petani teh lokal untuk mendapatkan pasokan teh dengan berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.</li> </ul>	<p><b><u>ANALISIS W-O</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan promosi lebih untuk menarik perhatian para konsumen.</li> <li>- Konsisten menyajikan produk dengan bahan kualitas terbaik.</li> </ul>
<p><b><u>THREAT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perubahan harga bahan baku yang tidak bisa diperkirakan.</li> <li>- Perubahan kebiasaan konsumen yang mengikuti tren.</li> </ul>	<p><b><u>ANALISIS S-T</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan inovasi terhadap menu seiring berkembangnya tren.</li> </ul>	<p><b><u>ANALISIS W-T</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikuti tren yang terus berkembang.</li> </ul>

Sumber : Olahan penulis (2024)

## **E. SPESIFIKASI PRODUK/JASA**

Cafe merupakan sebuah usaha bisnis yang berjalan di Industri lebih tepatnya pada bidang makanan dan minuman. Produk yang akan penulis sajikan dalam bisnis *Cafe* teh adalah minuman dengan berbahan dasar teh dan juga menyediakan makanan pendamping atau *tea and food pairing*.

Menyatukan teh dengan sebuah hidangan yang tepat adalah yang dimaksud dari *Tea and food pairing*, perpaduannya bukan hanya sekedar minum teh sambil makan, tetapi mempunyai tujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman rasa yang berbeda. Dengan *food pairing* para pelanggan dapat menemukan kombinasi dari aroma dan rasa yang akan saling melengkapi, terkadang *food pairing* dapat menciptakan rasa yang kompleks dan unik yang berbeda dari sebelumnya.

Maka dari itu usaha yang akan penulis rencanakan akan menyediakan varian menu teh kekinian, selain teh dan juga beberapa makanan ringan sebagai pendamping minum teh. Menu ini dapat dinikmati secara langsung ditempat ataupun *take away* sesuai dengan keinginan pelanggan.

Berikut ini merupakan produk yang ditawarkan kepada pelanggan :

**Tabel 1. 2 SPESIFIKASI PRODUK MINUMAN**

NO	NAMA	PENYAJIAN	KETERANGAN
1.	Artitsan Tea		<p>Artisan Tea yang akan dijual kepada konsumen terdiri dari 9 macam, yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Black Tea</li> <li>- Earl Grey</li> <li>- Green Tea Jasmine</li> <li>- Chamomile Tea</li> <li>- Safflower Tea</li> <li>- Peppermint Tea</li> <li>- Passion Tea</li> <li>- Blue Pea Tea</li> <li>- Chrysant Tea</li> </ul> <p>Dalam penyajiannya menggunakan tea pot dan cangkir teh.</p>
2.	Tea Mocktail		<p>Tea Mocktail yang akan dijual kepada konsumen yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- French earl grey</li> <li>- Lemon lemongrass ginger green tea</li> <li>- Royal scarlet</li> <li>- Beauty passion</li> <li>- Bluedipity</li> <li>- Homie</li> </ul> <p>Dalam penyajiannya menggunakan gelas kaca.</p>

Sumber foto : Pinterest

**Tabel 1. 3 SPESIFIKASI PRODUK MAKANAN**

NO	NAMA	PENYAJIAN	KETERANGAN
1.	Cookies		<p>Pada penyajian cookies menggunakan <i>dessert</i> plate dengan menyesuaikan banyaknya jumlah cookies yang akan dikonsumsi oleh konsumen</p>
2.	Pastry		<p>Pada penyajian aneka pastry akan menggunakan <i>dessert</i> plate</p>
3.	Madeleine		<p>Pada penyajian madeline akan menggunakan <i>dessert</i> plate.</p>



Sumber foto : Pinterest

**Tabel 1. 4 SPESIFIKASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN TAKE AWAY**

NO	NAMA	PENYAJIAN	KETERANGAN
1.	Artisan Tea Tea Mocktail	<p>1.</p>  <p>2.</p> 	<p>Gambar 1 :</p> <p>Kemasan untuk <i>takeaway</i> minuman panas dengan ukuran 8 -14 Oz.</p> <p>Gambar 2 :</p> <p>Penyajian untuk <i>takeaway</i> minuman dingin dengan ukuran 16-20 Oz.</p>
2.	Cookies		<p>Penyajian <i>takeaway</i> untuk aneka cookies untuk pembelian satuan.</p>

3.	Pastry		Penyajian untuk <i>takeaway</i> aneka pastry atau slice cake jika konsumen hanya membeli satu.
4.	Madeleine		Penyajian untuk <i>takeaway</i> madeleine menggunakan plastik menyesuaikan dengan porsi yang dijual.

Sumber foto : Pinterest

## F. JENIS BADAN USAHA

Melalui perencanaan bisnis yang telah disusun, penulis telah memutuskan jenis badan usaha yang akan dijalankan. Setiap jenis badan usaha memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Badan usaha adalah entitas yuridis (hukum) yang memanfaatkan modal dan tenaga kerja untuk memperoleh keuntungan.(Fadhil 2022).

Terdapat beberapa bentuk badan usaha di Indonesia, diantaranya:

1. Koperasi
2. BUMN (Badan Usaha Milik Negara)
3. Persero (perusahaan Perseroan)
4. Perusahaan Umum (Perum)
5. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

## 6. Firma

Dari beberapa jenis badan usaha diatas, usaha bisnis cafe Teanity yang telah penulis rencanakan akan dibentuk dengan badan usaha Perseroan Perorangan.

Perseroan Perorangan adalah entitas hukum yang dibentuk oleh satu individu dan termasuk dalam kategori Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Perseroan ini didirikan oleh satu orang yang merupakan warga negara Indonesia, dengan syarat minimal berusia 17 tahun dan memiliki kemampuan hukum penuh. (Kemenkumham Kanwil Sulsel 2022).

## G. ASPEK LEGALITAS

Legalitas dari sebuah perusahaan adalah jati diri yang melegitimasi keberadaannya dan memberikan pengakuan kepada masyarakat di mata hukum. Dengan legalitas yang sudah sah, sebuah perusahaan berhak menjalankan aktivitas usahanya dan dapat perlindungan hukum dari pemerintah setempat. Legalitas penting bagi karena mendapatkan pengakuan dari kepercayaan dari masyarakat luas, perlindungan hukum dari pemerintah setempat, mendapatkan akses peluang untuk berkembang dan maju dan juga dapat meningkatkan legalitas dari kredibilitas sebuah perusahaan. Memperoleh legalitas sebuah perusahaan adalah langkah awal yang krusial untuk kelancaran dan keberhasilan usaha. (Sidabalok 2012)

Untuk mendirikan usaha di bidang kuliner, diperlukan beberapa dokumen legalitas, salah satunya adalah TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata). TDUP merupakan bukti pendaftaran yang wajib dimiliki oleh berbagai jenis usaha, termasuk sektor pariwisata, jasa perjalanan wisata, jasa pramuwisata, penyelenggaraan pertemuan, dan jenis usaha lainnya. Berikut adalah persyaratan untuk memperoleh TDUP.(Tanda Daftar Usaha Pariwisata ( TDUP ) 2013) yaitu:

1. Formulir permohonan bermatrai Rp.10.000
2. FC KTP pemilik/penanggungjawab
3. Paspoto berwarna ukuran 3x4 cm sebanyak 2 lembar
4. Asli dan atau fotocopy akte pendirian perusahaan
5. FC NPWP
6. Asli dan FC IMB (bukti perjanjian sewa menyewa bangunan)
7. Asli dan FC izin lingkungan
8. Asli dan FC izin lokasi
9. Rekomendasi dari Dinas Teknis

