

BAB I

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, dunia kuliner mengalami perkembangan yang tinggi dan menjadi suatu industri yang menjanjikan. Menurut Faozan Tri Nugroho (2023) Karena adanya pemenuhan suatu kebutuhan pokok manusia seperti makanan. Maka Industri kuliner memiliki ruang lingkup yang meliputi seluruh kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan makanan. Maka dari itu, industri kuliner merupakan sektor yang memiliki potensi untuk terus berkembang seiring berjalannya waktu. Industri kuliner merupakan salah satu sektor bisnis yang bervariasi, variasi seperti restoran, kafe, bakeri, katering, konter makanan kaki lima, dan usaha makanan setengah jadi.

Karena banyaknya orang yang membuka bisnis dalam dunia kuliner, maka perusahaan terdorong untuk terus mengemabangkan bisnisnya sehingga tidak kalah saing dan dapat mencapai suatu keberhasilan yang diinginkan olehnya, dan hal ini tidak berbicara tentang perusahaan besar, melainkan untuk perusahaan yang masih kecil pun memiliki peluang, meskipun tantangannya akan lebih berat bagi perusahaan tersebut untuk menjadi sukses dan dapat bertahan. Maka dibutuhkanlah rencana pembangunan suatu bisnis dengan strategi yang sesuai untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Dengan kondisi yang tidak pernah ada kepastian atas keberlangsungan suatu usaha maka dalam sektor besar ataupun kecil, sangat dibutuhkan suatu rencana bisnis yang matang, sehingga dapat menghasilkan profitabilitas sesuai harapan, dan

usaha terus berkembang dengan baik. Supriyanto (2009) mengatakan bahwa perencanaan bisnis mencakup tentang penentuan langkah ke depan yang akan dilakukan, di mana hal tersebut termasuk pengalokasian sumber daya, memfokus pada faktor-faktor yang paling berdampak, serta pengelolaan berbagai masalah dan peluang yang muncul. Maka pada pembuatan rencana bisnis terdapat penjelasan berbagai keunggulan dalam bersaing usaha serta langkah yang harus ditempuh untuk dapat merealisasikan perencanaan tersebut, tujuan dalam pembuatan suatu rencana bisnis adalah supaya bisnis dapat berjalan sesuai dengan arah yang telah direncanakan. Karena itu sangatlah penting bagi kita untuk membuat perencanaan bisnis dalam mendirikan sebuah perusahaan dalam skala besar maupun kecil.

Di Indonesia perkembangan usaha kecil menengah (UKM) mengalami peningkatan yang cukup pesat setiap tahunnya, dengan beraneka ragam perusahaan yang didirikan. Salah satunya adalah *dessert shop*, *dessert* memiliki banyak sekali jenis, seperti kukis dan es krim yang merupakan dua jenis makanan manis. Sepanjang perkembangan jaman, kukis dan es krim tetap merupakan dua jenis makanan manis yang sangat digemari orang-orang. Kukis adalah kue yang terbuat dari bahan dasar tepung dan pada umumnya memiliki tekstur yang renyah dan tidak mudah hancur. Namun seiring perkembangan jaman, ada pun kukis yang memiliki tekstur renyah di luar serta isian yang lembut dan lumer. Setelah itu ada es krim, yang disukai banyak orang karena suhunya yang dingin dan rasanya yang manis dan lembut, seringkali berbahan dasar krim, namun adapun variasi yang menggunakan air berasa yang akan memberikannya tekstur dan sensasi yang berbeda

Dua makanan ini sangat dicintai selain karena rasanya, juga karena sifatnya yang cukup universal karena dapat diubah bentuknya ataupun untuk digunakan pada hidangan lain, seperti kukis yang jika dihancurkan, ditambahkan mentega/margarin dan dipadatkan dapat menjadi alas kue seperti *cheesecake*, atau eskrim yang dapat dipadukan dengan wafel, ataupun dibuat menjadi *ice cream cake*. Karena itu dua produk tersebut tetap disukai oleh orang-orang meskipun sudah ada untuk waktu yang lama. Makanan tersebut tidak hanya disukai oleh kalangan anak, melainkan orang remaja, pemuda, maupun dewasa tetap suka juga karena rasa yang dapat diubah sesuai selera setiap orang.

“GAMA *SWEETS*”, yang baru direncanakan pada akhir tahun 2024, merupakan suatu bisnis baru yang akan dibuka di Jakarta Barat. Bisnis ini menawarkan es krim dan kukis sebagai produk utamanya. Meskipun secara individual sudah banyak bisnis yang menjual hal yang sama, namun jarang ada bisnis yang menjualnya sebagai satu produk. Bisnis “GAMA *SWEETS*” bertujuan untuk menjual dua produk itu menjadi satu produk yang biasa diketahui sebagai “*Ice Cream Sandwich*”, di mana es krim akan diletakan diantara 2 *cookies* lalu dimakan secara bersamaan yang akan memberikan sensasi renyah dan lembut.

Perencanaan Usaha ini bertujuan untuk mempersiapkan lebih dalam lagi mengenai pembukaan bisnis “GAMA *SWEETS*”, mengidentifikasi target pasar yang tepat, merumuskan strategi pemasaran yang efektif, serta strategi untuk mempertahankan bisnis. Dengan memahami trend bisnis seputar *dessert* yang terus berubah dan berkembang, kebutuhan pelanggan, dan strategi yang

efektif serta efisien, peneliti ini akan memberikan pandangan yang berharga bagi pengembangan bisnis *dessert* di Jakarta.

1.2 Gambar Umum Bisnis

Penulis terinspirasi oleh produk yang sering dijual pada toko seperti Indomaret, Alfamart, yang diproduksi oleh merek seperti “*WALL'S*” (Gambar 1), penulis merasa terinspirasi untuk memulai bisnis dengan konsep yang sama namun bukan hanya sekedar produk kemasan.

PRODUK *WALL'S*



Gambar 1. *Ice Cream Sandwich Wall's*

Sumber: Pipit, 2016

Sejak tahun 2022, penulis sudah berungkalikali membuat “*Chocolate Chip Cookies*” yang sudah sering memberikan produk uji coba pada keluarga, teman, dan tetangga. Selain itu, ada juga beberapa teman gereja yang menganjurkan penulis untuk mulai berjualan. Melihat adanya minat yang terus meningkat, maka penulis memutuskan untuk meningkatkan usahanya lebih lagi menjadi “*Ice Cream Sandwich*”.

Memahami bahwa produk yang dijual mengandung es krim yang memerlukan suhu yang dingin, maka penulis memutuskan untuk merancang

bisnis offline. Sehingga, pelanggan dapat menikmati sensasi es krim dalam *Ice Cream Sandwich* secara optimal. Selain itu, keputusan ini juga dibuat agar dapat meningkatkan relasi dengan pelanggan untuk dapat mengenal mereka lebih lagi melalui interaksi saat pemesanan, dan juga diskusi mengenai kombinasi rasa yang mereka inginkan, dan memberikan mereka waktu dan pengalaman yang menyenangkan dalam meracik kombinasi rasa favorit mereka.

Dengan perancangan usaha ini, penulis berkomitmen untuk memberikan kualitas Es Krim beserta *cookies* yang tinggi dan variatif serta kombinasi rasa yang menarik kepada pelanggan, dan juga untuk tetap mengikuti trend terkini untuk memastikan bahwa varian rasa yang dapat dipilih tetap relevan dengan trend trend kekinian.

Rustan (2009:12) mengatakan bahwa kata “logo” memiliki asal dari istilah *logos* yang memiliki makna kata, pikiran, serta pembicaraan akal budi

David E. Carter (2008) mengatakan bahwa logo merupakan suatu identitas perusahaan berbentuk visual, dan dapat diaplikasikan dalam beraneka ragam sarana fasilitas serta kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai suatu bentuk komunikasi visual. Logo bisa juga disebut melalui symbol, tanda gambar, merek dagang yang memiliki fungsi untuk melambangkan identitas diri suatu badan usaha serta sebagai tanda pengenal ciri khas suatu perusahaan.

Penulis memutuskan untuk menggunakan nama “GAMA *SWEETS*” yang merupakan gabungan dari nama penulis “Gabriel Maleakhi”. Keputusan ini dibuat dengan tujuan untuk menggunakan nama yang mudah diingat dan

diucapkan, serta memberi koneksi dengan pelanggan dengan menggunakan nama pendirinya. Selain itu, “GAMA *SWEETS*” memiliki makna yang universal sehingga membuka peluang untuk tetap menambah menu-menu baru sesuai trend tanpa terasa tidak relevan dengan nama bisnis.

Berikut merupakan logo dari bisnis “GAMA *SWEETS*”



Seperti yang ditampilkan pada logo, penulis memutuskan untuk hanya

Gambar 2. Logo GAMA *SWEETS*

menampilkan “GAMA” dengan tujuan untuk menonjolkan nama dari pemilik bisnis. Penulis menggunakan konsep yang simple namun elegan untuk menggambarkan produk yang akan disajikan meskipun simple dan terjangkau namun tetap istimewa. Menggunakan warna biru yang dapat memberikan rasa simple namun elegan, serta warna pink yang memberi kesan manis, lembut dan mencerahkan. Penulis yakin dengan penggunaan warna yang di atas dapat membuat kemasan terlihat lebih menarik bagi pelanggan Dengan tambahan gambar bunga pada bagian tengah untuk mempercantik logo. Tagline “*Sweet Experiments, Endless Creations*” menggambarkan kebebasan untuk bereksperimen dan mengkombinasikan rasa yang beraneka ragam untuk berkreasi tak terbatas.

1.3 Visi dan Misi

Visi menurut Edison dkk (2018:26) merupakan pernyataan atau cita-cita yang ingin dicapai oleh suatu organisasi pada masa yang akan datang, dengan memfokuskan pada perancangan program jangka panjang. Sebagai pernyataan strategis, visi berperan penting dalam mengarahkan dan memfokuskan organisasi, sehingga segala kegiatan dapat berjalan selaras menuju tujuan yang telah disepakati pada awalnya. Sedangkan misi menurut Edison dkk (2018:26) merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan peran utama dan menjadi dasar keberadaan suatu organisasi. Maka dari pengertian tersebut, penulis memutuskan untuk membuat visi dan misi atas bisnis *GAMA SWEETS* sebagai berikut:

Visi:

“Menjadikan bisnis *GAMA SWEETS* toko yang dekat pada hati setiap pelanggan, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan”

Misi:

1. Menyajikan es krim dan kukis dengan bahan-bahan berkualitas.
2. Menyediakan beraneka ragam varian rasa untuk pelanggan dapat merakit dengan imajinasi dan kreatifitas pelanggan.
3. Menghadirkan dan tetap mengikuti trend pasar terkini agar tetap berkembang sesuai minat pasar.

1.4 *SWOT Analysis*

Menurut Robinson dan Pearce (1997) analisis SWOT dapat diartikan sebagai komponen esensial dalam merancang manajemen strategis dalam suatu organisasi untuk membantu mengidentifikasi dan memahami faktor internal maupun eksternal yang dapat berdampak kinerja dalam suatu organisasi. Dengan mengetahui kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) internal, serta peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) eksternal, maka dapat dibuat profil yang lebih komperhensif oleh organisasi. Hal ini dapat memperbandingkan antara faktor internal dan eksternal, yang kemudian akan dijadikan dasar dalam merancang suatu strategi alternatif dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif.

Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT merupakan suatu metode analisis strategi bertujuan untuk meperkuat faktor positif secara internal dan eksternal, serta menekan faktor hambatan atau risiko. Analisis ini dapat membantu suatu perusahaan untuk menentukan strategi bisnis yang harus diambil secara realistis dan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan berdasarkan pengertian mengenai SWOT di atas

Tabel 1. *SWOT GAMA SWEETS*

<i>INTERNAL</i>	
<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESSES</i>
1. Konesp <i>customizeable ice cream sandwich</i> yang unik 2. Memberikan pengalaman interaktif bagi pelanggan 3. Menu dan kombinasi rasa yang bervariasi	1. Keterbatasan modal pemilik 2. Ketidakmampuan memproduksi es krim sendiri pada masa awal 3. Brand awarness awal yang terbatas
<i>EKSTERNAL</i>	
<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>THREATS</i>
1. Tren konsumen akan pengalaman kuliner personal dan interaktif 2. Ketersediaan program pinjaman UMKM 3. Potensi <i>User Generated Content</i>	1. Persaingan industri kuliner yang ketat di Jakarta Barat 2. Fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku 3. Munculnya kompetitor langsung baru.

Berikut adalah strategi yang menunjukkan bagaimana elemen-elemen SWOT saling terkait:

1. Kekuatan (Strength) Memanfaatkan Peluang (Opportunity)

Konsep Unik (S1) + Tren Personalisasi (O1): Konsep *customizable ice cream sandwich* yang unik (S1) dapat secara langsung memanfaatkan peluang pertama (O1) yaitu tren konsumen yang mencari pengalaman kuliner personal dan interaktif, dan dapat menjadi daya tarik utama *GAMA SWEETS*.

Pengalaman Interaktif Pelanggan (S2) + Potensi UGC (O3): Pengalaman interaktif yang ditawarkan pada (S2) secara alami dapat mendorong pelanggan untuk membuat User Generated Content (UGC) (O3), karena momen personalisasi produk dapat menjadi suatu hal yang menarik untuk diunggah pada media sosial pelanggan.

Menu serta kombinasi yang bervariasi (S3) + Tren Personalisasi (O1): dengan adanya menu serta kombinasi rasa yang bervariasi (S3) dapat membantu *GAMA SWEETS* dalam beradaptasi dengan variasi produk yang diminati seiring tren personalisasi (O1), memastikan ketersediaan kreasi unik yang diinginkan pelanggan.

2. Kelemahan (Weakness) Dihilangkan/Diminimalisir dengan Memanfaatkan Peluang (Opportunity)

Keterbatasan Modal (W1) + Program Pinjaman UMKM (O2): Kelemahan keterbatasan modal pemilik (W1) dapat teratasi dengan memanfaatkan adanya program pinjaman UMKM dari lembaga finansial (O2) untuk membantu dalam investasi awal bisnis.

Ketidakmampuan Produksi Es Krim Sendiri (W2) + Ketersediaan Program Pinjaman UMKM (O2): Tidak dapat memproduksi es krim sendiri (W2) pada awal berdirinya usaha, dapat diminimalisir dengan memanfaatkan modal dari pinjaman UMKM (O2) dalam menginvestasi peralatan serta pelatihan dalam memulai produksi es krim internal pada masa depan.

Brand Awareness Awal Terbatas (W3) + Potensi UGC (O3): Brand awareness yang terbatas (W3) pada awal berdirinya usaha dapat diatasi dengan secara aktif mendorong *User Generated Content* dari pelanggan (O3), berfungsi sebagai promosi mulut ke mulut yang efektif dan terpercaya.

3. Kekuatan (Strength) untuk Menghadapi Ancaman (Threat)

Konsep Unik (S1) + Persaingan Ketat (T1): Konsep *customizable ice cream sandwich* yang unik (S1) akan menjadi pembeda utama dalam membantu *GAMA SWEETS* menonjol di tengah persaingan industri kuliner yang ketat di Jakarta Barat (T1).

Pengalaman Interaktif Pelanggan (S2) + Munculnya Kompetitor Langsung Baru (T3): Pengalaman interaktif yang ditawarkan (S2) membangun hubungan dengan pelanggan yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan, maka sulit bagi kompetitor langsung baru (T3) dalam meniru dan merebut pangsa pasar *GAMA SWEETS* hanya dengan meniru konsep dan produk.

Menu dan (S3) + Fluktuasi Bahan Baku (T2): Kesiapan produksi di toko dan manajemen stok proaktif (S3) membantu meminimalisir dampak fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku krusial (T2).

4. Meminimalisir Kelemahan (Weakness) untuk Menghindari Ancaman (Threat)

Keterbatasan Modal (W1) + Munculnya Kompetitor Langsung Baru (T3):

Untuk menghindari ancaman adanya kompetitor langsung baru yang lebih bermodal (T3), maka GAMA SWEETS perlu dengan segera mencari penadanaan eksternal untuk mengatasi keterbatasan modal pemilik (W1). Hal ini akan memberikan sumber daya modal yang cukup untuk inovasi dan pertahanan pasar.

Ketidakmampuan Produksi Es Krim Sendiri (W2) + Fluktuasi Bahan Baku

(T2): Untuk menghindari dampak fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku (T2), maka GAMA SWEETS harus meminimalisir ketergantungan pada supplier es krim eksternal (W2) dengan mulai mempelajari dan mengembangkan produksi es krim internal agar memiliki kendali atas rantai pasok.

Brand Awareness Awal Terbatas (W3) + Persaingan Ketat (T1): Untuk

menghindari kesulitan menarik pelanggan di tengah persaingan ketat (T1), GAMA SWEETS perlu meminimalisir kelemahan brand awareness yang terbatas (W3) melalui strategi promosi yang gencar dan efektif sejak awal.

1.5 Spesifikasi Produk/Jasa

Ulrich dan Eppinger (2003, p 72) menjelaskan bahwa spesifikasi produk merupakan deskripsi arahan mengenai suatu produk secara detail untuk konsumen. Spesifikasi produk menjadi fondasi dalam penerapan *positioning* suatu produk secara detail dibandingkan dengan produk pesaing. Dari penjelasan di atas, maka penulis akan menerakan penjelasan bahan yang digunakan dalam pembuatan produk *cookies* dalam bisnis “GAMA SWEETS”:

Tabel 2. Spesifikasi Produk

No.	Nama/Gambar Produk	Bahan	Rasa
1.	<i>Chocolate Chip Cookies</i>  Sumber: Tessa Arias, 2021	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i>, mentega, margarin, <i>dark chocolate compound</i>, <i>chocolate chip</i>, tepung jagung, <i>baking soda</i>, <i>baking powder</i>, garam, ekstrak vanila, telur	<i>Cookies</i> berasa <i>brown sugar</i> yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan potongan coklat.
2.	<i>Chocolate Almond Cookies</i>	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu	<i>Cookies</i> berasa coklat yang

	 Sumber: Dibuat oleh gemini	protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i> , mentega, margarin, irisan almond, tepung jagung, <i>baking soda</i> , <i>baking powder</i> , garam, ekstrak vanila, telur, bubuk <i>cocoa</i>	renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan irisan kacang almond.
3.	<i>Almond Matcha Cookies</i>  Sumber: The Emotional Baker, 2019	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i> , mentega, margarin, irisan almond, tepung jagung, <i>baking soda</i> , <i>baking powder</i> , garam, ekstrak vanila, telur, bubuk matcha.	<i>Cookies</i> berasa matcha yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan irisan kacang almond
4.	<i>Coffee Chip Cookies</i>	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i> , mentega, margarin, dark <i>chocolate compound</i> ,	<i>Cookies</i> berasa kopi yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam,

	 Sumber: Stephanie Brubaker, 2020	<i>chocolate chip</i>, tepung jagung, <i>baking soda</i>, <i>baking powder</i>, garam, ekstrak vanila, telur, bubuk kopi	dipadukan dengan potongan coklat.
5.	<i>Chocolate Chip Cookie + Vanilla Ice Cream sandwich</i>  Sumber: dibuat oleh gemini	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i>, mentega, margarin, dark <i>chocolate compound</i>, <i>chocolate chip</i>, tepung jagung, <i>baking soda</i>, <i>baking powder</i>, garam, ekstrak vanila, telur, Es Krim Vanila <i>Wall's</i>	Es krim vanila <i>walls</i> yang diletakan antara dua <i>Cookies</i> berasa <i>brown sugar</i> yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan potongan coklat.
6.	<i>Chocolate almond cookies + Chocolate Ice Cream Sandwich</i>	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir	Es krim coklat <i>wall's</i> yang diletakan antara

	 Sumber: dibuat oleh gemini	halus, <i>light brown sugar</i>, mentega, margarin, irisan almond, tepung jagung, <i>baking soda</i>, <i>baking powder</i>, garam, ekstrak vanila, telur, bubuk cocoa, Es Krim Coklat <i>Wall's</i>	dua <i>Cookies</i> berasa coklat yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan irisan kacang almond.
7.	<i>Almond Matcha Cookies + Strawberry Ice Cream Sandwich</i>  Sumber: dibuat oleh Gemini	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i>, mentega, margarin, irisan almond, tepung jagung, <i>baking soda</i>, <i>baking powder</i>, garam, ekstrak vanila, telur, bubuk matcha, es krim stroberi <i>wall's</i>	Es krim stroberi lembut <i>wall's</i> yang diletakan dinatara dua <i>Cookies</i> berasa matcha yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan irisan kacang almond

8.	<i>Coffee Chip Cookies</i> + <i>Chocolate Ice</i> <i>Cream Sandwich</i>  Sumber: dibuat oleh gemin	Tepung terigu protein sedang, tepung terigu protein rendah, gula pasir halus, <i>light brown sugar</i> , mentega, margarin, dark <i>chocolate compound</i> , <i>chocolate chip</i> , tepung jagung, <i>baking soda</i> , <i>baking powder</i> , garam, ekstrak vanila, telur, bubuk kopi, es krim coklat <i>wall's</i>	Es krim colat <i>wall's</i> yang lembut diletakan diantara dua <i>Cookies</i> berasa kopi yang renyah dan garing di luar namun tetap lembut pada bagian dalam, dipadukan dengan potongan coklat.
----	--	---	--

Produk *Cookies* pada “GAMA SWEETS” memiliki beberapa karakteristik. Pertama, setiap *cookies* memiliki diameter sekitar 6 cm. Selain itu, *cookies* tersedia dalam variasi rasa yang beragam seperti *Chocolate Chip*, *Chocolate Almond*, *Almond Matcha*, *Coffee Chip* sehingga pelanggan dapat berkerasi dengan kombinasi es krim yang ingin mereka rasakan. Karena produk ini memiliki campuran margarin dan mentega, maka harga tidak akan terlalu tinggi, karena itu pelanggan dapat tetap merasakan produk berkualitas tanpa memikirkan tentangan menghabiskan uang jajan mereka terlalu banyak. *Cookies* merupakan kue yang cukup kering oleh karena itu dapat disimpan

untuk sekitar 5 hari, namun pasti ada perubahan dalam tekstur sedikit namun tetap dapat dinikmati selama tersimpan dengan baik.

1.6 Jenis/Badan Usaha

Dalam memulai sebuah usaha, pengusaha harus terlebih dahulu memutuskan jenis usaha yang ingin dijalani. Sadikin, dkk (2020, hlm. 144) mengatakan bahwa beberapa jenis usaha sebagai berikut:

- 1) Perusahaan Perseorangan: suatu jenis usaha yang dimiliki oleh satu orang.
- 2) Firma: jenis usaha yang terbentuk oleh dua orang atau lebih, di mana segala kegiatan operasional dijalankan atas nama perusahaan tersebut.
- 3) Comanditer Vennotschap (CV): kemitraan usaha yang terbentuk atas dasar kepercayaan antar pihak-pihak yang terlibat.
- 4) Perseroan Terbatas (PT): Sudaryono (2016, hlm. 65) mengatakan bahwa PT merupakan suatu badan usaha yang berbadan hukum didirikan berdasarkan perjanjian, kegiatan usaha yang dijalankan menggunakan modal yang terbagi dalam bentuk saham, serta memenuhi ketentuan yang berlaku sesuai dengan undang-undang dan peraturan pelaksanaannya.

Di Indonesia, perusahaan perseorangan sangatlah umum seperti UMKM. Perusahaan perseorangan biasa digunakan dalam bisnis kecil yang merupakan awal pengalaman menjalani bisnis sebab proses mendirikan lebih mudah dibanding dengan jenis perusahaan lainnya.

Karena bisnis “*GAMA SWEETS*” merupakan perusahaan yang masih baru, maka penulis memutuskan untuk mengambil bisnis perseorangan sebab proses untuk mendirikan lebih mudah dan sederhana dibandingkan jenis perusahaan lainnya. Selain itu organisasi yang diperlukan tidak perlu yang besar, cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana. Penulis akan menjadi penanggung jawab atas segala aktifitas perusahaan, namun karena didirikan secara sendiri, maka akan menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, tenaga kerja, dan keahlian. Karena itu penulis akan memulai dalam skala kecil terlebih dahulu. Selain itu, keuntungan yang dihasilkan dapat dinikmati sendiri, di mana dari hal itu dapat digunakan untuk terus mengembangkan perusahaan menjadi lebih besar, meskipun akan menghadapi keterbatasan dalam pengumpulan modal karena bergantung pada sumber daya pribadi pemilik.

1.7 Aspek Legalitas

Menurut Indrawati (2021), Legalitas usaha atau yang seringkali disebut dengan izin usaha, berupa aspek penting dalam menunjukkan identitas secara resmi suatu usaha supaya dapat diterima secara sah oleh Masyarakat. Menurut HukumkuAdminMA (2024) bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memiliki aspek legalitas merupakan suatu hal yang tidak boleh diabaikan. Di tengah persaingan bisnis yang menjadi semakin kompetitif, memiliki legalitas usaha tidak hanya memberikan perlindungan usaha dalam

segi hukum, melainkan juga membuka peluang bagi bisnis untuk mendapatkan pembiayaan dan meningkatkan kepercayaan bisnis bagi berbagai pihak.

Manfaat adanya legalitas UMKM: dengan adanya izin dan dokumen resmi, UMKM akan mendapatkan perlindungan hukum dari potensi terjadinya masalah hukum akibat ketidakpatuhan terhadap peraturan. Karena dengan adanya izin dan dokumen resmi, menandakan bahwa penulis sudah patuh pada peraturan hukum yang menandakan bahwa perusahaan sudah diakui oleh pemerintah.

Meningkatkan kredibilitas di mata pelanggan: UMKM dengan legalitas akan dipandang menjadi lebih terpercaya dan professional, maka pelanggan pun yang datang akan lebih gampang untuk mempercayai perusahaan yang sudah didirikan. Selain itu, hal ini juga dapat meningkatkan potensi untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan atau *brand* lain karena sudah dianggap terpercaya.

Mempermudah pembiayaan: Lembaga keuangan seperti bank dan modal ventura, memiliki syarat bahwa suatu perusahaan memerlukan legalitas usaha untuk mendapatkan pinjaman. Tanpa hal itu, maka perusahaan akan menghadapi kesusahan dalam perkembangan usaha.

Legalitas yang dibutuhkan untuk mendirikan bisnis “GAMA *SWEETS*” adalah sebagai berikut:

1. NIB (Nomor Identitas Perusahaan)

NIB dapat dibuat melalui pendaftaran OSS (*Online Single Submission*), dan dapat digunakan untuk melegalitas usaha, merupakan suatu persyaratan

untuk mengurus aspek legal lainnya seperti sertifikasi halal, BPOM, dan sebagainya.

2. PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga)

PIRT merupakan izin edar makanan/minuman yang diproduksi oleh usaha berskala kecil. PIRT didapatkan melalui penyuluhan keamanan pangan oleh dinkes, dan *survey* tempat produksi oleh petugas dari dinkes.

3. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal menyatakan bahwa produk yang disajikan tidak mengandung baham haram dan telah diproses sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal didapatkan melalui pendaftaran *online*, diteruskan dengan pemberian dokumen dokumen dan audit oleh Lembaga Pemeriksa Halal, dan sertifikat akan diedarkan oleh BPJPH

4. IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil)

IUMK merupakan izin resmi untuk membangun usaha kecil atau mikro secara perseorangan. IUMK digunakan untuk legalitas usaha, dan membantu kita akses bantuan dari pemerintah dan juga lindungan dari hukum. IUMK didapatkan dengan mengajukan dokumen yang diperlukan kepada kantor kecamatan terdekat.

5. DKJI (Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual)

DKJI dibuat untuk melindungi hak atas nama dan logo agar tidak ditiru, dipakai, atau diklaim oleh pihak lain. DKJI didapatkan melalui pendaftaran *online*, lalu mengisi dokumen dan menunjukan logo usaha.