

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada masa kini usaha makanan dan minuman menjadi salah satu usaha yang cukup berkembang dengan pesat. Banyak nya pebisnis yang bersaing menawarkan berbagai macam produk makanan dan minuman nya dengan beraneka macam keunggulan dan kelezatan yang mereka kreasikan. Bisnis makanan dan minuman ini merupakan hal yang menjanjikan jika di kelola dengan baik. Karena usaha makanan dan minuman ini merupakan produk yang pasti di butuhkan oleh semua orang. Sehingga bisnis tersebut memiliki prospek yang sangat bagus kedepan nya dan tidak akan mati di telan oleh waktu.

Menurut (Ebert G. , 2013), pengertian luas dari bisnis merupakan semua jenis aktivitas dan intuisi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan untuk pengertian sempit nya adalah semua jenis aktivitas dan isntitusi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Seiring berjalannya waktu, usaha makanan dan minuman ini menjadi andalan dan juga memberikan kontribusi yang besar bagi pertumbuhan ekonomi Nasional. Menurut Kementrian Perindustrian (Kemenperin) tercatat, sumbangan dari para pengusaha makanan dan minuman kepada Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 34,95 persen pada triwulan III tahun 2017. Hal ini menjadi kontributor PDB terbesar dibandingkan subsektor lain nya. Selain itu, capaian tersebut juga mengalami kenaikan sebanyak empat persen dibanding periode yang sama pada tahun 2016. Sedangkan kontribusi terhadap PDB nasional itu sebesar 6,21 persen pada triwulan III/2017 atau bisa di bilang naik sebanyak 3,85 persen disbanding periode yang sama di tahun sebelum nya.

Hal tersebut tentunya dapat membangkitkan memotivasi para calon pengusaha makanan dan minuman untuk memulai usahanya. Karena usaha ini merupakan bisnis yang tidak akan pernah padam. Semua orang dapat memulai usahanya dengan modal secukupnya, tentunya harus didukung dengan perancangan dan analisis yang tepat.

Kota Cimahi adalah kota di provinsi Jawa Barat yang letaknya berada di tengah Kota Bandung, Kabupaten Bandung Barat dan Kabupaten Bandung. Kota Cimahi merupakan kota kecil yang sangat berkembang. Orang-orang berpikir kalau kota Cimahi merupakan kota yang membosankan, karena Cimahi dikenal dengan ciri pusat Pendidikan militer saja. Tapi itu semua hanyalah masa lalu dari kota Cimahi. Pada jaman dahulu kota ini memang bukan merupakan kota yang memiliki beraneka macam tempat makan dan tempat nongkrong, tetapi sekarang Kota Cimahi sudah banyak berubah dan berkembang.

Kota Cimahi sudah dipenuhi oleh beraneka macam tempat makan baru, diantaranya banyak resto, kafe, kedai dan rumah makan yang enak. Selain menjadi pusat Pendidikan militer, kota Cimahi menjadi salah satu kota Pendidikan, yang dimana hal tersebut tentu berkaitan dengan target pasar kedai ini, yaitu pelajar dan mahasiswa.

Banyaknya pelajar dan mahasiswa ini menjadi salah satu faktor berkembangnya usaha makanan dan minuman di kota Cimahi, karena rata-rata anak muda jaman sekarang lebih menyukai nongkrong di café, kedai, resto dan rumah makan yang enak, di bandingkan diam di rumah, bahkan nongkrong sudah menjadi gaya hidup anak-anak muda zaman sekarang. Dengan banyaknya pelajar dan kemajuan Pendidikan di kota Cimahi ini membuat tingkat perekonomian meningkat dan kesadaran masyarakat akan kesehatan dan hidup sehat pun semakin baik. Sehingga makanan dan minuman yang dicari oleh masyarakat di kota Cimahi ini bukan hanya dari cita rasa saja yang enak, tetapi kandungan gizi dan kebersihan juga menjadi patokan.

Susu merupakan suatu produk pangan yang memiliki nilai gizi yang tinggi, dengan berbagai macam kandungan yang sempurna. Keunggulan susu antara lain adalah sebagai salah satu sumber zat pembangun (protein) Vitamin D, Vitamin A,

zinc, kalsium, fosfor dan magnesium untuk pertumbuhan tulang dan gigi, serta immunoglobulin untuk kekebalan tubuh terhadap penyakit, selain itu susu juga mengandung asam amino triptofan untuk mengistirahatkan sel sehingga membuat nyenyak tidur, dan asam lemak essensial yang baik untuk kesehatan jantung.

Kedai susu murni merupakan salah satu usaha yang sedang marak di seluruh Indonesia, dan juga menjadi tempat pilihan favorit bagi kaum muda untuk berkumpul bersama, peminat susu murni ini semakin meningkat setiap tahun nya. (Alamsyah, 2020) mengatakan bahwa data yang di peroleh oleh Sentra Susu Cipageran Cimahi mendapatkan permintaan susu murni yang relatif stabil bahkan meningkat. Dari tahun ke tahun, perkembangan kedai Susu murni ini terus mengalami peningkatan. Di samping perjalanan Inovasi dan kreativitas yang terus berkembang, pemanfaatannya sebagai sarana *feedback* antara penjual susu murni dengan pelanggan ini menjadi titik terang bagi keberlangsungan bisnis kedai susu murni.

Saat ini budaya Korea di Indonesia semakin banyak diminati oleh remaja dan orang dewasa. Hal ini bisa di lihat dari populer nya film, drama, musik maupun buku asal negara Korea. Menurut KBBI populer memiliki arti “disukai dan dikenal banyak orang, yang pada umumnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat, suatu budaya yang mudah dipahami dan disukai orang banyak”. Dalam konteks itu, budaya Korea dapat menarik perhatian dan minat banyak orang karena budaya Kora ini memiliki sifat yang menyenangkan dan menghibur.

Berdasarkan data dari Pemerintah Korea (*The Korea Foundation*) mengenai ‘gelombang budaya korea’ seperti yang tertulis di *The Korea Times*, penggemar “*hallyu*” atau *Korean Wave* kini di seluruh dunia semakin meningkat drastis, dapat di lihat dari angka yang telah mencapai hingga 89 juta orang tersebar di 113 negara. Dan pada data yang di tunjukan di tahun 2018 pun terlihat bahwa penggemar Budaya Korea ini mulai meningkat dari 22 persen kini menjadi 89,19 juta dari angka semula 73,12 juta penggemar. Dari jumlah tersebut, dapat terlihat bahwa mereka tidak hanya tertarik pada musik K-pop saja, melainkan juga tertarik pada produk lain seperti kecantikan, *fashion* dan makanan.

Berdasarkan hal tersebut penulis berencana menggabungkan Kedai Susu Murni dengan sentuhan ala Korea. Dengan ini, penulis menyediakan wadah bagi anak muda dan orang dewasa yang menyukai budaya asal Korea juga menyediakan produk yang bermanfaat bagi kesehatan. Di negara Korea saat ini sedang populer dengan minuman susu dengan rasa beraneka macam buah segar seperti stroberi, blueberry, pisang, ceri dan apel. Rasa buah yang penulis berikan itu tidak menggunakan sirup, melainkan dengan buah asli yang di masak atau di *infused* dengan gula, sehingga minuman susu ini selain mengandung nutrisi juga mengandung vitamin.

Pengusaha pada saat ini tidak terlalu memanfaatkan potensi bisnis dari gabungan kedai susu murni dengan rasa buah asli, belum ada usaha yang sejenis ataupun pesaing yang memisahkan kedai susu murni dengan rasa buah asli ala negara Korea, kedai ini akan menyediakan menu seperti kedai-kedai susu murni pada umumnya, tetapi menu nya lebih di modifikasi dengan kombinasi dari rasa nya. Penulis juga berencana menambahkan sentuhan budaya Korea modern pada desain nya.

Untuk mengetahui minat masyarakat di Kota Cimahi terhadap minuman susu murni dengan rasa buah asli, penulis membuat kuisisioner secara *online* menggunakan media *Google Forms* yang disebarakan melalui media sosial kepada beberapa orang yang berdomisili di Kota Cimahi dan sekitarnya. Berikut adalah hasil kuisisioner yang didapatkan:

TABEL 1.1

**HASIL KUISIONER MINAT MASYARAKAT TERHADAP KEDAI SUSU MURNI DENGAN RASA DARI BUAH ASLI ALA KOREA DI KOTA CIMAH**

n= 70

NO	DAFTAR PERTANYAAN	HASIL DAN KETERANGAN
1.	Usia	<20 Tahun 14.1% - 10 Orang 20-29 Tahun 83.1% - 58 Orang 30-40 Tahun 1.4% - 1 Orang >40 Tahun 1.4% - 1 Orang
2.	Domisili	Kota Cimahi 32.4% - 23 Orang Kota Bandung 31% - 22 Orang Kab. Bandung Barat 8.4% - 6 Orang Lain nya 28.2% - 19 Orang
3.	Apakah anda menyukai minuman berbahan dasar susu?	Ya 100% - 70 Orang Tidak 0% - 0 Orang
4.	Apakah anda pernah mendengar produk susu murni dengan rasa dari buah asli ala Korea?	Ya 50% - 35 Orang Tidak 50% - 35 Orang
5.	Apakah anda menyukai produk susu dengan sirup berperisa atau dengan buah asli?	Sirup berperisa buah 16.9% - 11 Orang Buah asli 83.1% - 59 Orang
6.	Apakah anda tertarik mencoba produk susu murni dengan rasa buah asli?	Ya 93% - 65 Orang Tidak 0% Mungkin 7% - 5 Orang
7.	Berapa biasanya uang yang anda keluarkan setiap anda berkumpul dengan teman-teman?	10.000-15.000 15.5% - 11 Orang 15.000-20.000 32.4% - 23 Orang 20.000-25.000 39.4% - 28 Orang >25.000 12.7% - 8 Orang

Sumber: *Google Form* (Tahun 2022) Olahan Penulis

Berdasarkan tabel 1.1, penulis tertarik untuk memanfaatkan peluang tersebut, karena penulis mendapatkan tanggapan yang positif dari masyarakat di Kota Cimahi terhadap kedai susu murni dengan rasa dari buah asli ala Korea tersebut.

Penulis memutuskan untuk menempatkan kedai tersebut ditempat yang strategis dengan lingkungan kumpul para anak remaja, dikarenakan para penikmat susu murni ala Korea ini mayoritas adalah anak muda usia 20-30 tahun. Lokasi yang penulis pilih akan berada di Jl. Gatot Subroto. 11 A, Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat. Tepat nya akan berada di area Delta Swalayan.

Berdasarkan hal inilah yang mendasari penulis untuk Menyusun Tugas Akhir ini dalam bentuk perencanaan bisnis yang berjudul “Perencanaan Bisnis Kedai Susu *Uyu Gungjeon* di Kota Cimahi”.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

Suatu usaha tentunya harus memiliki nama dan juga logo yang menarik, mudah di kenal dan di ingat oleh masyarakat, karena logo dan nama tersebut merupakan identitas bagi suatu usaha. Menurut (Swardikun, 2000) “Identitas suatu perusahaan merupakan cerminan dari visi, misi suatu perusahaan yang di visualisasikan dalam logo perusahaan. Logo merupakan suatu hal yang nyata sebagai pencerminan hal-hal yang bersifat *non visual* dari suatu perusahaan, misalnya budaya perilaku, sikap, kepribadian, yang dituangkan dalam bentuk visual. Berikut merupakan logo yang telah penulis buat untuk perencanaan bisnis kedai susu “*Uyu Gungjeon*” di Kota Bandung.

**GAMBAR 1.1**  
**LOGO KEDAI SUSU “UYU GUNGJEON”**



Sumber : Desain Penulis (Tahun 2022)

Penulis memilih nama kedai susu “*Uyu Gungjeon*” dikarenakan nama tersebut di ambil dari bahasa Korea, kata *Uyu* (우유) sendiri apabila di terjemahkan ke Bahasa Indonesia berarti susu, sedangkan kata *Gungjeon* (궁전) berarti istana, dan apabila di gabungkan akan memiliki arti Istana Susu.

Penulis memilih nama tersebut juga dikarenakan usaha yang penulis rencanakan memang mengarah kepada budaya dan minuman *modern* asal Korea penulis juga ingin menjadikan kedai ini sebagai suatu tempat yang istimewa bagi produk susu murni dan memiliki rasa minuman yang mewah dan spesial layak nya di istana. Penulis juga menambahkan kata “*Korean Milk*” guna untuk menegaskan kepada masyarakat di Indonesia yang mayoritas kurang memahami bahasa Korea bahwa produk yang akan penulis jual merupakan produk susu ala Korea.

Penulis menggunakan logo yang membentuk pita berwarna kuning ini di analogikan sebagai salah satu warna dari pita-pita yang ada di pakaian tradisional korea yang bernama *Hanbok*. Warna kuning pada pita *Hanbok* ini terbuat dari kain sutra dan satin, dan dimiliki oleh kalangan masyarakat “kelas atas”. Konon, *Hanbok* kuning hanya dipakai oleh para keluarga kerajaan yang menempati istana di Korea.

Pada tulisan *Uyu* (우유) penulis memutuskan untuk memberi warna merah dan biru dikarenakan warna merah memiliki makna cinta, keinginan dan kegembiraan, sedangkan warna biru memiliki makna profesionalisme. Sehingga diharapkan para konsumen yang datang ke kedai susu “*Uyu Gungjeon*” akan merasakan cinta dan kegembiraan saat membeli produk ini, tentunya dengan di sajikan dengan kualitas dan pelayanan yang profesional sehingga konsumen akan merasa gembira dan berkeinginan untuk datang kembali ke kedai susu “*Uyu Gungjeon*”. Lalu yang terakhir, penggunaan *font* yang berwarna biru tua ini selain bertujuan untuk memberikan kontras sehingga memudahkan untuk di baca, juga bertujuan untuk memberikan kesan elegan.

Berdasarkan dari penjelasan tabel 1.1, penulis menjelaskan bahwa lokasi kedai susu “*Uyu Gungjeon*” ini akan berdomisili di Jl. Gatot Subroto. 11 A, Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi. Hal ini disebabkan karena jalan

yang penulis pilih tersebut merupakan akses utama yang menghubungkan kota Bandung dan Cimahi, juga merupakan akses Bandung apabila akan menuju Baros, Leuwi Gajah, Kabupaten Bandung Barat dan Padalarang.

Selain itu, lokasi ini juga tentunya sangat berdekatan dengan SD, SMP, SMA, Universitas dan juga Bimbingan Belajar yang terkenal di Kota Cimahi. Pada malam hari, Jl. Gatot Subroto Cimahi juga menjadi area kuliner malam yang populer di Cimahi. Dari sebab itulah penulis memilih lokasi tersebut, selain pasarnya sangat bagus, jalan ini juga merupakan daerah yang selalu ramai dan tidak pernah padam.

### **GAMBAR 1.2**

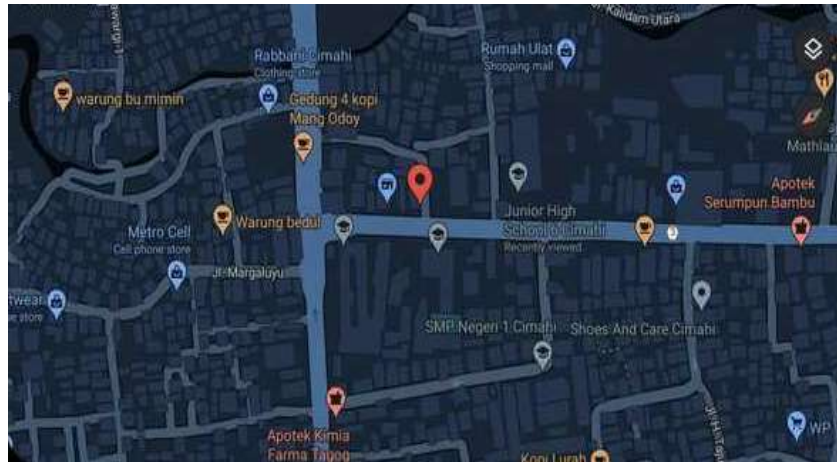
#### **LOKASI KEDAI SUSU “UYU GUNGJEON”**



Sumber: Google Maps (Tahun 2022)



**GAMBAR 1.3**  
**DENAH LOKASI KEDAI SUSU “UYU GUNGJEON”**



Sumber: Google Maps (Tahun 2022)

### C. Visi dan Misi

Suatu perusahaan harus memiliki visi dan misi, karena hal tersebut merupakan arah atau tujuan kemana organisasi ini akan dibawa, juga sebagai aspirasi dan motivasi disamping memberikan panduan atau rambu-rambu dalam menyusun strategi dalam usaha. Definisi visi menurut (Aditya, 2010) adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Sedangkan definisi misi menurut (Wibisono, 2006) adalah suatu penepatan sasaran atau tujuan dalam jangka pendek, biasanya 1 sampai 3 tahun, sedangkan visi biasanya disusun untuk jangka panjang, biasanya 3 sampai 10 tahun.

Visi dari kedai susu *Uyu Gungjeon* adalah “Untuk menjadi kedai susu murni ala Korea terbesar di Kota Cimahi dan ber-expansi ke seluruh Indonesia bahkan ke luar negeri dengan menjaga cita rasa dan ciri khas susu yang berkualitas, serta menyajikan pelayanan yang terbaik dan profesional kepada konsumen”.

Misi dari kedai susu *Uyu Gungjeon* adalah:

- Menjalin hubungan yang baik kepada para pegawai kedai susu *Uyu Gungjeon* supaya dapat bekerja sama untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.
- Mengutamakan kepuasan pelanggan kedai susu murni *Uyu Gungjeon*.
- Mempertahankan cita rasa susu murni ala Korea yang khas.
- Meningkatkan kreativitas untuk menciptakan inovasi menu-menu baru yang lebih bervariasi untuk ditawarkan dan dinikmati oleh pelanggan.
- Terus mengembangkan brand ke arah yang menguntungkan serta melakukan ekspansi dengan menambah cabang-cabang di seluruh Indonesia sampai ke luar negeri.
- mengembangkan system pemasaran dan operasional yang lebih baik menggunakan inovasi dan teknologi.

#### **D. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang berguna untuk mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yang terjadi dalam sebuah usaha atau bisnis, atau mengevaluasi produk sendiri maupun pesaing. (Robinson, 1994) mengatakan bahwa analisis SWOT merupakan suatu bagian dari proses manajemen strategis perusahaan dengan tujuan untuk melakukan identifikasi kekuatan dan juga kelemahan pokok dari perusahaan. Landasan untuk mewujudkan banyak strategi dapat dilakukan dengan mengetahui kelemahan dan juga kekuatan utama.

Analisa ini dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan, hal ini berkaitan dengan visi misi serta tujuan perusahaan. Sehingga hal ini merupakan alat yang efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan serta untuk menentukan strategi perusahaan.

### 1. Kekuatan (*Strength*)

- Rasa susu murni yang menggunakan rasa dari buah asli yang tentunya sehat dan bebas bahan pengawet juga pemanis buatan.
- Di sekitar lokasi usaha ini belum ada usaha Susu Murni yang menggunakan buah asli sebagai perasa nya.
- Lokasi kedai minuman sangat strategis dengan target pasar kedai, yaitu anak-anak muda, karena dekat dengan sekolah-sekolah, universitas, juga bimbingan belajar yang terkenal di Kota Cimahi.
- Lokasi ini juga terletak di jalan utama menuju Kota Cimahi, Kabupaten Bandung Barat, Baros dan Padalarang, yang dimana jalan tersebut selalu ramai pada siang hari maupun malam hari dan menjadi salah satu tempat yang menyediakan kuliner terbaik dan populer di kota Cimahi.

### 2. Kelemahan (*Weakness*)

- Harga minuman di kedai ini tentunya akan sedikit lebih mahal di bandingkan kedai susu yang lain nya, dikarenakan rasa yang di gunakan menggunakan buah asli.
- Masyarakat Indonesia belum banyak yang mengenal produk susu ala Korea ini.
- Minim nya pengetahuan tentang produk susu ala Korea ini tentu akan membuat orang lebih memilih untuk membeli produk dari kedai susu murni biasa ketimbang produk susu murni ala Korea ini.

### 3. Peluang (*Opportunities*)

- Menjadi kedai susu ala Korea pertama di Kota Cimahi sehingga pesaing nya hanya dari kedai-kedai susu murni lain.
- Di Indonesia produk asal negara Korea ini menjadi trend yang sangat bagus saat ini hingga kedepan nya.

- Penulis bisa memanfaatkan promosi dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang Susu Murni ala Korea dengan media promosi (Instagram, Tiktok dan Youtube).
- Lokasi yang strategis dan dilalui banyak orang, sehingga konsumen akan lebih mudah mengenali kedai ini.

#### 4. Ancaman (*Threat*)

- Pesatnya perkembangan kompetitor atau pesaing pada produk susu murni akan memunculkan keterancaman bagi pelaku usaha susu murni.
- Jumlah kedai susu murni yang selalu meningkat dari tahun ke tahun.
- Adanya harga bahan baku yang fluktuatif seperti buah yang panen musiman, seperti Ceri, Stroberi, Apel dan Bluberi.

### E. Spesifikasi Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperlihatkan, diminta, dicari, dibeli atau dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan dari pelanggan atau konsumen yang bersangkutan. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas usaha serta daya beli pasar (Tjiptono, 2002).

Berdasarkan teori tersebut, dapat di simpulkan bahwa produk yang di buat oleh kedai susu *Uyu Gungjeon* ini adalah produk susu yang memiliki beragam varian rasa dengan rasa dari buah asli. Bahan dasar yang di gunakan oleh produk ini adalah susu murni yang kemudian di tambahkan dengan berbagai rasa dari buah asli yang di masak gengan gula pasir, sehingga akan berbentuk seperti selai kental dengan potongan-potongan kecil buah nya. Lalu ada juga varian rasa buah yang dimana buah nya tersebut di *blender* kasar terlebih dahulu, sehingga tetap memberikan tekstur potongan-potongan buah aslinya. Produk yang di sajikan oleh kedai susu *Uyu Gungjeon* ini disajikan dingin.

Dengan berbagai macam varian rasa yang unik ini akan membuat kedai susu *Uyu Gungjeon* memiliki ciri khas tersendiri dari produk nya, yang mana produk nya tidak di miliki oleh kedai-kedai susu lain.

#### **F. Jenis Badan Usaha**

Jenis usaha Kedai Susu *Uyu Gungjeon* ini adalah Perusahaan Perseorangan (PO). Penulis memilih jenis ini dikarenakan perusahaan perseorangan bisa dioperasikan dengan baik meski alat produksi dan teknologi yang digunakan cukup sederhana. Selain itu, modal yang dibutuhkan dalam proses produksi cukup kecil sehingga jumlah produk yang dihasilkan juga menyesuaikan. Tidak hanya itu saja, pemilik perusahaan memiliki kebebasan dan fleksibilitas, sehingga pemilik perusahaan tidak perlu berkonsultasi dengan orang lain dalam mengambil keputusan. Perusahaan perseorangan juga bisa dijalankan tanpa ada intervensi atau campur tangan pemerintah secara langsung.

Selain itu ada juga beberapa kriteria mengenai jenis Perusahaan Perseorangan ini seperti yang tertulis pada UU No.20 Tahun 2008 (Pasal 6 ayat 2) Tentang kriteria usaha kecil yang berisi:

- a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000, - (Lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000, - (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000, - (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000, - (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa penulis memilih Kedai Susu “Uyu Gungjeon” ini sebagai usaha yang berjenis Perusahaan Perorangan.

#### **G. Aspek Legalitas**

Penulis akan memastikan perizinan pada Kedai Susu *Uyu Gungjeon*, mulai dari perizinan usaha sampai perizinan produk. Legalitas tersebut yaitu sertifikat

halal dan sertifikat BPOM. Sertifikat tersebut berguna untuk memastikan kepada konsumen bahwa produk kedai ini tawarkan adalah 100% Halal dan aman untuk di konsumsi oleh masyarakat. Penulis akan memastikan bahwa seluruh dokumen badan hukum terpenuhi sehingga usaha yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur hukum.

Selain itu, Terdapat beberapa syarat administratif yang harus dimiliki oleh Kedai Susu *Uyu Gungjeon* sebelum mendirikan kedai ini, di antaranya adalah:

**TABEL 1.2**  
**DOKUMEN KEDAI SUSU “UYU GUNGJEON”**

No	Dokumen
1	Akta Pendirian Pemilik
2	NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
3	NIB (Nomor Induk Bersama) / TDP
4	SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
5	HO (Izin Gangguan) / SITU (Surat Izin Tempat Usaha)
6	Pas Foto 3 x 4 pemilik usaha
7	Fotokopi KTP pemilik usaha
8	Sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)
9	Sertifikat Halal

Sumber: Olahan Penulis (Tahun 2022)