

# **BAB I**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **A. Latar Belakang**

Di masa sekarang, banyaknya kegiatan wisata yang dilakukan merupakan kebutuhan manusia yang menjadikan sektor kepariwisataan di Indonesia berkembang dengan pesatnya. Hal ini mengakibatkan pemerintah Indonesia tidak dapat menutup mata untuk terus mengembangkan sektor ini karena tidak dapat dipungkiri lagi bahwa pariwisata merupakan sektor yang dapat dijadikan sumber devisa negara yang sangat diandalkan. Pariwisata dapat memberikan pemasukan devisa yang lebih besar bagi banyak negara di dunia. Indonesia khususnya yang memiliki berbagai potensi baik alam, budaya maupun ekonomi turut pula mengembangkan usaha pariwisata ini sebagai salah satu sektor penghasil devisa dengan mengadakan jasa pariwisata atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait. Salah satu unsur pendukung dalam sektor pariwisata adalah suatu usaha jasa yang berbentuk restoran yang merupakan usaha penyediaan kebutuhan pangan. Perkembangan restoran membuat kebutuhan pangan manusia tidak bisa dibatasi, oleh karena itu perkembangan restoran, *cafe*, *coffee shop*, dan jenis lainnya hingga yang terjadi berlangsung hampir di setiap wilayah di Indonesia.

Untuk mendirikan sebuah usaha makanan dan minuman ada baiknya mencari tempat yang benar-benar strategis baik dari sisi konsumen maupun dari sisi lingkungan. Daerah yang memiliki masyarakat bersifat konsumtif dan juga menjadi sasaran kunjungan pasar di masa kini serta memiliki prospek yang lebih baik sebagai daerah tujuan wisata adalah Kota Bandar Lampung yang merupakan ibukota Provinsi Lampung. Lampung akan menjadi target destinasi wisata, mengingat pengembangan pariwisatanya. Provinsi Lampung adalah salah satu keindahan alam yang paling indah di Indonesia, terutama pada pantai. Selain pantai, Lampung memiliki potensi kuliner yang sangat banyak sehingga menarik wisatawan tidak hanya dengan keindahan alamnya saja namun kulinernya yang khas dan kental dengan budaya Melayu.

Selain pertimbangan dari sisi lokasi, Lampung juga merupakan daerah yang tingkat polusinya masih dapat dikatakan lebih rendah dari kota besar lainnya dan masih banyak hutan serta perkebunan yang sangat jauh berbeda sekali dengan di pulau Jawa. Fasilitas-fasilitas pemenuhan kebutuhan primer seperti pertokoan, *factory outlet* dan juga restoran-restoran yang kerap kali mengundang masyarakat kota lain untuk menjadikan Bandar Lampung sebagai destinasi wisata terutama pada hari libur banyak wisatawan yang berada di kota Bandar Lampung. Selain itu, Kota Bandar Lampung juga merupakan kota yang memadukan budaya Melayu dan Tionghoa dengan adanya kain Tapis yang merupakan ciri khas sehingga diberi julukan sebagai Kota Tapis Berseri.

Untuk mengetahui kunjungan wisata di Bandar Lampung bisa mengakses website Otoritas Pariwisata Lampung. Berdasarkan hasil pendataan yang

dilakukan oleh Dinas Pariwisata Lampung, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandar Lampung pada tahun 2020 sebanyak 2.548.394 wisatawan nusantara dan 1.531 wisatawan mancanegara. Terlepas dari meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandar Lampung, kota ini memiliki persentase penduduk yang cukup tinggi dan terus meningkat setiap tahunnya seperti yang ditunjukkan data periode 2018-2020 berikut ini:

**TABEL 1**

**JUMLAH PENDUDUK KOTA BANDAR LAMPUNG  
PERIODE TAHUN 2018-2020**

| <b>No.</b> | <b>Tahun</b> | <b>Laki-laki</b> | <b>Perempuan</b> | <b>Total Jumlah Penduduk</b> |
|------------|--------------|------------------|------------------|------------------------------|
| 1.         | 2018         | 520.078          | 513.725          | 1.033.803                    |
| 2.         | 2019         | 528.804          | 522.696          | 1.051.500                    |
| 3.         | 2020         | 537.396          | 531.586          | 1.068.982                    |

**Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, Tahun 2020**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Bandar Lampung semakin meningkat setiap tahunnya. Perkembangan kota Bandar Lampung dari tahun ke tahun semakin meningkat dan akan terus berkembang lebih baik. Dan itu juga meningkatkan kemungkinan bahwa pelanggan akan datang ke restoran. Hal inilah yang menyebabkan mulai menjamurnya bisnis usaha kuliner makanan dan minuman di kota Bandar Lampung berkembang pesat dari *cafe*, restoran, *coffee shop*, *food truck*, dan lain sebagainya walaupun biasanya tidak sebesar pada kota besar. Maka dari itu, kota Bandar Lampung sangat ideal sekali cocok untuk memiliki peluang atau kesempatan besar untuk

menjalankan usaha bisnis di bidang makanan dan minuman seperti usaha bisnis Kafe.

Seiring berkembangnya bisnis kopi di Bandar Lampung juga dapat membantu perekonomian masyarakat. Pengertian kafe berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No.10 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat ( 2 ) adalah “Usaha Kafe adalah penyediaan makanan ringan dan minuman ringan dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan/atau penyajiannya, di dalam 1 (satu) tempat tetap yang tidak berpindah – pindah.” Berdasarkan pengertian tersebut, Menparekraf menjelaskan bahwa kafe sebagai jasa Makanan dan minuman juga memegang peranan penting dalam perkembangan industri pariwisata Indonesia.

Menurut kamus istilah pariwisata dan perhotelan (2003:66), *Cafe* adalah restoran dengan menu terbatas. *Cafe* adalah istilah lain dari *Coffee* yang biasa dipakai untuk menyebut istilah *Coffee shop*. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan menu cepat dan sederhana serta menyediakan minuman ringan untuk orang santai atau menunggu sesuatu. Sedangkan menurut Budiningsih (2009:51), “Café atau kafe adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. Cafe memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, soft drink, teh, kopi, rokok, cake, cemilan, dan lain-lain”. Oleh karena itu, dari dua kutipan di atas, penulis dapat menjelaskan bahwa kafe adalah bisnis yang

mencari keuntungan yang bergerak di bidang kuliner, menyediakan menu makanan dan minuman yang terbatas kepada pelanggan.

Kafe memiliki sejumlah persyaratan ruang untuk keselamatan, keamanan, hiburan dan kesehatan. Perkembangan zaman yang berubah, kafe bukan hanya tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga tempat untuk bertukar pikiran dan berteman. Desain interior juga perlu memperhatikan desain furnitur untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Ukuran furnitur dapat mendorong tamu untuk duduk, datang, duduk, makan, dan kemudian pergi keluar untuk waktu yang lama.

Menurut Muchtar (201:30), “Business plan maka bagian yang tidak terpisahkan dari peluang usaha yang akan dieksploitasi oleh para pelaku usaha, meliputi visi, misi, tujuan, strategi, analisis, kebijakan, program, sistem, prosedur dan anggaran perusahaan.”. Dengan rencana bisnis ke depan, bisnis kafe akan semakin beragam dengan berkembangnya Kota Bandar Lampung. Penulis bertujuan untuk membuat perencanaan usaha bisnis dengan konsep *coffee & eatery*, dikarenakan masih sedikit pesaing di kota Bandar Lampung yang memiliki konsep seperti ini. Mulai dari suasana, pelayanan, dan presentasi hidangan yang mengedepankan kualitas bagi konsumen. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk membuat sebuah *coffee & eatery* di Bandar Lampung dengan tema konsep Western-Eastern. Usaha ini bergerak di bidang makanan dan minuman dan merupakan kegiatan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. *Coffee & eatery* ini memiliki konsep yang memperhatikan budaya Barat dan Timur karena tidak ada saingan di lingkungan penulis yang

menggunakan konsep tema budaya asing dalam budaya Indonesia. Dengan ide dan tema bisnis ini, penulis membuat survei kepada calon pelanggan di kota Bandar Lampung. Berikut data dari survei yang telah penulis buat:

**TABEL 2**

**DATA HASIL KUESIONER CALON KONSUMEN DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**n = 192**

| No | Keterangan                                       | Persentase | Jumlah | Keterangan             |
|----|--|------------|--------|------------------------|
| 1  | Usia   | 55,2%      | 106    | 16-25 Tahun            |
|    |  | 34,4%      | 66     | >36 Tahun              |
|    |  | 8,3%       | 16     | <15 Tahun              |
|    |  | 2,1%       | 4      | 26-35 Tahun            |
| 2  | Profesi  | 49%        | 94     | Pelajar/Mahasiswa      |
|    |  | 19,8%      | 38     | PNS                    |
|    |  | 17,2%      | 33     | Wiraswasta             |
|    |  | 14%        | 27     | Dan lain-lain          |
| No | Pertanyaan                                       | Ya         | Tidak  | Keterangan             |
| 1  | Apakah anda tertarik dengan konsep tematik kafe? | 92,2%      | 7,2%   | Ya : 177<br>Tidak : 15 |
| 2  | Apakah anda menyukai produk minuman kopi?        | 89,6%      | 10,4%  | Ya : 172<br>Tidak : 20 |

|   |  |       |       |                      |
|---|--|-------|-------|----------------------|
| 3 | Apakah anda ingin mencoba produk makanan khas Western dan Eastern?             | 83,3% | 16,7% | Ya :160<br>Tidak :32 |
| 4 | Apakah anda tertarik dengan fusion food (Western & Eastern)?                   | 98,4% | 1,6%  | Ya :189<br>Tidak : 3 |
| 5 | Apakah anda akan tertarik dengan kisaran harga produk Rp. 15.000 – Rp. 75.000? | 93,2% | 6,8%  | Ya :179<br>Tidak :13 |

**Sumber : Data Hasil Kuesioner Penulis, 2021**

Berdasarkan tabel di atas, data survei menunjukkan bahwa calon pelanggan atau pelanggan tertarik untuk mengunjungi kafe dan restoran bertema tematik. Dari data yang ada menunjukkan rasa ketertarikan dan penasaran tentang rencana bisnis tersebut serta menunjukkan ketertarikan pada *fusion food* antara hidangan Western berkolaborasi dengan cita rasa Eastern ataupun lokal/nusantara. Namun perlu adanya pengenalan terhadap budaya western dan eastern yang lebih khususnya pada hidangan dikarenakan masih banyak yang belum mengetahuinya dengan cara mempromosikannya. Dan juga, harus lebih mempertimbangkan lagi mengenai harga menu makanan dan minuman agar konsumen menjadi lebih tertarik.

Dengan menggunakan konsep bisnis dan data dari hasil survei, penulis menjadikan dasar penyusunan tugas akhir dalam bentuk rencana bisnis yang berjudul. **"PERENCANAAN USAHA BARATTIMOER COFFEE & EATERY DI KOTA BANDAR LAMPUNG"**.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

Dalam kehidupan sehari-hari pasti sering terdengar istilah bisnis. Menurut Steinhoff (1979:5), "*Business is all those activities involved in providing the goods and services needed or desired by people*". Dapat diartikan bahwa kegiatan bisnis sebagai aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan oleh konsumen. Namun, W.F. Schoell et al (1993: 15) menyatakan: "Bisnis adalah kegiatan mencari keuntungan yang diorganisasikan dan diarahkan untuk penyediaan barang dan jasa kepada para pelanggan".

### **1. Deskripsi Bisnis**

Bisnis *Coffee & Eatery* (kedai kopi dan restoran) yaitu kegiatan komersial di bidang kuliner yang memadukan antara kafe dengan restoran. Di zaman sekarang, *coffee & eatery* menjadi tempat yang diminati tidak hanya kaum milenial saja tetapi juga dari berbagai generasi. *Coffee & Eatery* adalah tempat dengan konsep "*fast casual dining*", dimana tempat ini tidak menawarkan pelayanan meja penuh. Secara umum, *Coffee &*

*Eatery* menawarkan makanan berkualitas tinggi di tempat yang nyaman namun terjangkau, dan menu kopinya tidak terlalu banyak, tetapi memiliki keunggulan dibandingkan minuman lain. *Coffee & Eatery* merupakan bisnis makanan dan minuman yang tidak terlalu membutuhkan banyak ruang dan modal yang relatif rendah. Usaha bisnis yang sedang direncanakan ini hadir dengan model bisnis mengusung konsep “*Coffee with cozy and hospitable ambience*”. Konsep yang menyuguhkan suasana seperti kafe yang nyaman dan pelayanan yang ramah terhadap pelanggan merupakan daya tarik yang ditawarkan.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Dalam membuat bisnis usaha, nama dan logo merupakan hal penting untuk identitas bisnis agar bisa dikenal oleh pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2009 : 258), “Merek adalah nama, istilah, lambang, atau desain atau kombinasinya untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikan mereka dari para pesaing”. Sehingga dari teori tersebut, maka nama dari bisnis adalah **Barattimoer *Coffee & Eatery***. Barat timoer itu dari kata barat dan timur yang ada di dalam arah mata angin. Namun sebenarnya penulis mengambil nama dari makna yaitu hidangan dari berbagai budaya barat (*western*) hingga timur (*eastern*). Penulis ingin memasukan berbagai macam hidangan

yang populer dari benua barat dan timur yang kental dengan budaya dan ciri khasnya serta jenis kopi dari barat hingga timur Indonesia.

Menurut Jefkins (1995:367), “Logo adalah presentasi, sosok atau penampilan visual yang senantiasa dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk identitas dan bagian identitas perusahaan”. Dari teori tersebut, logo sangatlah penting karena sebagai ciri khas identitas perusahaan atau usaha bisnis. Menurut Rustan (2009:13), logo memiliki beberapa fungsi, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Identitas diri.
- b. Tanda kepemilikan.
- c. Tanda jaminan kualitas.
- d. Mencegah peniruan atau pembajakan.

Berdasarkan fungsi logo tersebut, penulis membuat logo asli dari usaha *Coffee & Eatery* yang dapat di lihat dari gambar berikut.:

## GAMBAR 1

### DESAIN LOGO BARATTIMOER *COFFEE & EATERY*



**Sumber: Olahan Penulis**

Untuk logo sendiri, penulis mempunyai beberapa arti dan makna, diantaranya adalah:

- a. *Background* atau latar yang dipilih adalah transparan agar dapat dengan mudah dicetak dimana saja dan dijadikan *sticker*.
- b. *Font* dengan huruf kapital agar tulisan dari nama usaha ini dapat dilihat jelas, dan tidak membingungkan.
- c. *Icon* yang dipakai adalah arah mata angin dengan simbol “B” yang artinya Barat dan “T” yang artinya Timur.

Desain logo Barat timoer *Coffee & Eatery* yang dominan dengan warna hitam pada tulisannya agar dapat dilihat oleh pelanggan dengan jelas. Dan juga pemilihan ikon yang simpel dan tidak banyak ikon lain agar kesannya

tidak ramai pada desain logo tersebut. Sehingga diharapkan dengan logo tersebut agar terkesan simpel serta jelas bagi pelanggan.

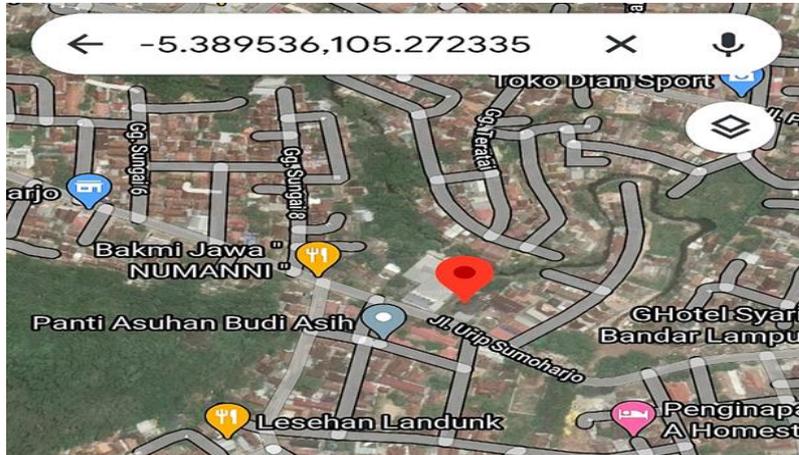
### 3. Identitas Bisnis

Penulis akan membuat usaha di lokasi di jalan Urip Sumoharjo No. 143A Gunung Sulah, Kecamatan Sukarame, Wayhalim, Kota Bandar Lampung. Alasan dipilihnya lokasi tersebut adalah salah satu jalan utama akses ke pusat kota Bandar Lampung dari jalan *Bypass/ Lintas Sumatra* dan tepat berada di pinggir jalan serta aksesnya mudah untuk dijangkau.

Di sepanjang jalan Urip Sumoharjo belum ada usaha dengan konsep *coffee & eatery* dan juga dekat dengan pusat perbelanjaan, perumahan, *home industry*, hotel serta rumah sakit. Selain itu lokasi tersebut lahan milik pribadi sehingga dapat dikelola dan mendapatkan peluang untuk menarik pelanggan yang melintas di jalan tersebut. Berikut gambar yang akan memperlihatkan lokasi usaha yang akan dipilih:

## GAMBAR 2

### RENCANA LOKASI USAHA *COFFEE & EATERY*



Sumber: *Google Maps*

## GAMBAR 3

### RENCANA LOKASI USAHA *COFFEE & EATERY*



Sumber: *Dokumentasi Penulis*

### C. Visi dan Misi

Visi dan Misi disampaikan untuk menggambarkan rencana yang akan menjadi tujuan perusahaan maupun kepentingan seseorang ke depannya. Visi adalah menunjukkan impian, cita-cita atau nilai arti sebuah keinginan dengan pandangan yang jauh ke masa depan demi mencapai sebuah tujuan yang diinginkan. Sedangkan misi adalah prioritas, metode, atau nilai-nilai kerja lebih fokus ke langkah-langkah demi mencapai visi yang sudah ditentukan atau telah dibuat. Adapun visi dan misi Barattimoer *Coffee & Eatery*, yaitu:

#### 1. Visi

Menjadi kafe *Coffee & Eatery* yang berkonsepkan kafe tematik dengan mengutamakan/menawarkan suasana, kondisi, tempat, menu khas timur dan barat bervariasi dengan cita rasa dan kualitas yang baik yang diterima semua kalangan.

#### 2. Misi

- a. Meningkatkan kreativitas untuk menciptakan menu-menu baru yang lebih bervariasi.
- b. Memberikan pelayanan yang prima dan unggul dalam penyajian.
- c. Mengutamakan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

- d. Menciptakan suasana yang nyaman bagi konsumen dengan tetap mengedepankan kenyamanan dan kebersihan

#### **D. *SWOT Analysis***

Setiap usaha yang baru mulai memerlukan ketepatan-ketepatan dalam pengambilan keputusan. Jika tidak, maka kegagalan akan muncul dalam usahanya. Ketepatan tersebut dapat diperoleh melalui pendekatan yang sesuai salah satunya adalah *SWOT Analysis*. *SWOT* adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Menurut Ferrel dan Harline (2005), “Fungsi dari Analisis *SWOT* adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman)”. Berdasarkan teori tersebut, maka analisis *SWOT* dari perencanaan usaha bisnis *coffee & eatery* adalah sebagai berikut :

**TABEL 3**  
**SWOT ANALYSIS**

| <i>Strengths</i>   | <i>Weakness</i>  |
|--|--|
| <p><i>Strengths</i> (Kekuatan)</p> <p>Kekuatan internal dari usaha ini adalah kualitas produk, keramahan dalam pelayanan, desain dan suasana, menu yang menarik, ciri khas kopi Lampung kualitas biji kopi lokal, memudahkan pemesanan kepada pelanggan dengan memanfaatkan teknologi.</p> | <p><i>Weakness</i> (Kelemahan)</p> <p>Kekurangan yang dimiliki seperti membutuhkan promosi yang ekstra, adanya pesaing atau kompetitor yang lebih kuat, belum bisa memproduksi kopi sendiri atau bekerja sama dengan petani kopi.</p>                        |
| <i>Opportunities</i>   | <i>Threats</i>   |
| <p><i>Opportunities</i> (Peluang)</p> <p>Peluang yang diciptakan seperti membangun inovasi produk baru, perubahan <i>lifestyle</i> mempengaruhi konsumen menghabiskan waktu ke kafe, melakukan <i>cross-selling</i> seperti merchandise.</p>   | <p><i>Threats</i> (Ancaman)</p> <p>Ancaman yang terjadi adalah pesaing bisnis sudah besar seperti Starbuck, kenaikan harga jual bahan baku dari supplier, muncul pesaing baru dengan jenis usaha yang sama, kenaikan harga kopi dari petani dan pemasok.</p> |

**Sumber: Olahan Penulis, 2021**

## E. Spesifikasi Produk atau Jasa

Barattimur *Coffee & Eatery* memiliki konsep tematik dengan nuansa khas lokal yang menyediakan fasilitas yang membuat nyaman. Berjalan di bidang *food & beverage*, tujuannya adalah untuk menarik peminat yang datang dan dapat mencoba beberapa hidangan populer khas negara lain termasuk Indonesia. Agar tujuan tercapai maka diperlukan strategi promosi yang baik serta fasilitas dan produk yang diminati.

Sebagai sebuah produk, penulis menghadirkan rasa kopi yang diinginkan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan standar penyajian yang baik. Produk yang dihasilkan merupakan produk seperti kafe atau *coffee shop* pada umumnya namun dan juga rasa dominan dari budaya barat (*western*) dan timur (*eastern*) pada hidangannya. Agar semakin diminati oleh kustomer dan sesuai dengan lidah orang Indonesia maka akan ada *fashion food* antara *western dish* dengan *eastern dish* (juga termasuk *asian dish*) dan cita rasa nusantara. Selain kopi, menu *coffee & eatery* yang ditawarkan dalam bentuk makanan dan minuman lain untuk penikmat non-kopi.

### 1. Minuman *coffee*

Espresso, americano, latte, mocha, cappuccino, afogato, dan lain-lain.

### 2. Minuman *non coffee*

Milk shake, milk tea, mocktail, coklat, flavored soda, dan lain-lain.

### 3. Makanan

Ricebowl, pastry, sandwich, dan lain-lain.

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

Dalam rencana bisnis yang dibuat oleh penulis, badan usaha yang dipilih oleh penulis adalah entitas individu atau Perseorangan. Perseorangan adalah bisnis yang dimiliki oleh kepemilikan tunggal. Menurut Murti Sumarai, Jhon Suprianto (2003), “Dimana perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki, dipimpin, dan dikelola secara kehendak sendiri.”. Penulis memilih perusahaan perseorangan karena perusahaan komersial ini legal di negara Indonesia tanpa izin atau prosedur khusus dan sederhana daripada Perseroan Komanditer atau CV (Commanditaire Vennootschap) dan PT (Perseroan Terbatas).

Persyaratan untuk mendirikan badan usaha perseorangan itu sederhana. Prosedur pembuatannya lebih mudah dan simpel. Berikut merupakan tahapan prosedur untuk mendirikan Perusahaan Perseorangan yaitu:

1. Akta Pendirian Pemilik
2. Surat Izin Tempat Usaha (SITU) / Izin Gangguan (HO)
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Mengurus Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

## **G. Aspek Legalitas**

Aspek legalitas adalah tanda sah berdirinya sebuah bisnis. Jika suatu bisnis tidak memiliki izin usaha, maka usaha yang sedang dijalankan dapat diberhentikan sementara atau bahkan ditutup untuk selamanya. Berikut yang perlu dipersiapkan yaitu:

1. Melengkapi dokumen perizinan
  - a. Izin Usaha
  - b. Izin Operasional
2. Perihal Hak Kekayaan Intelektual (HKI)
  - a. Hak Merek
  - b. Hak Cipta
  - c. Hak Paten
3. Bentuk Badan Usaha
4. Bidang Perpajakan
5. Kontrak

Agar bisnis tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang, itu harus diatur, disahkan, dan disertifikasi oleh pemerintah. Pastikan merek, nama, dan logo sudah terlindungi dari pesaing. Ada beberapa jenis pengenal atau nomor identifikasi yang melegitimasi bisnis yaitu:

1. Nama Perusahaan
2. Merek
3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
4. Izin Usaha Industri (IUI)
5. Surat Izin Tempat Usaha (STIU)
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
7. Nomor Register Perusahaan (NRP) atau Tanda Daftar Perusahaan (TDP)