

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. LATAR BELAKANG

Kota Cimahi adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini Terletak di tengah Kabupaten Bandung, Kota Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Cimahi dahulu bagian dari Kabupaten Bandung, yang kemudian ditetapkan sebagai kota administratif pada tanggal 29 Januari 1976. Pada tanggal 21 Juni 2001, Cimahi ditetapkan sebagai kota otonom.

Cimahi merupakan daerah yang memiliki keberagaman kependudukan suku dan bangsa. Seperti yang diketahui bahwa Cimahi ini mendapat julukan “Kota Hijau“ karena banyaknya pusat pendidikan militer dan fasilitas kemiliteran lainnya yang dimana orang – orang dengan beragam suku bangsa menetap di kota ini.

TABEL 1
JUMLAH PENDUDUK KELOMPOK UMUR DI KOTA CIMAHI
TAHUN 2018

Kelompok Umur	Penduduk Kelompok Umur (Jiwa)		
	Laki – Laki	Perempuan	Total
	2018	2018	2018
0-4	26.926	25.723	52.649
5-9	25.577	24.688	50.265
10-14	22.842	21.737	44.579
15-19	25.425	25.963	51.388

20-24	29.411	28.161	57.572
25-29	27.599	27.210	54.809
30-34	27.824	27.024	54.848
35-39	25.681	25.308	50.989
40-44	23.973	23.537	47.510
45-49	20.193	20.029	40.222
50-54	16.576	16.042	32.618
55-59	12.559	13.097	25.656
60-64	8.593	8.725	17.318
65-69	6.150	5.995	12.145
70-74	3.617	3.766	7.383
75+	2.964	4.896	7.860
Jumlah	305.910	301.901	607.811

(sumber : <http://cimahikota.bps.go.id>)

Dari tabel di atas dapat dikatakan bahwa jumlah penduduk kota Cimahi pada tahun 2018 sekitar 607.811 jiwa, dengan total usia produktif (umur 15 – 64 tahun) sekitar 378.121 jiwa.

Untuk sektor pariwastanya sendiri Cimahi menawarkan beberapa pilihan tempat yang masih memiliki suasana alam yang asri dan sejuk seperti :

- Air Terjun Pelangi
- Ciwangun Indah Camp
- Alam Wiata Cimahi
- Wisata Alam Katumiri
- Curug Bugbrug

- Kampung Adat Cirendeui

Selain itu Cimahi memiliki beberapa tempat *historical* yang masih

kental akan nilai kolonialisme diantaranya :

- Rumah Sakit Dustira
- Stasiun Cimahi
- Gereja Santo Ignasius
- *The Historich*
- Bioskop Rio

Selain objek wisata, kota Cimahi terkenal pula dengan kekhasan kulinernya yang biasa dijadikan sebagai oleh – oleh para wisatawan, seperti : dengdeng jantung pisang, kue semprong, awug, comring, bandrek dan bajigur.

Berikut adalah tempat wisata kuliner terkenal di kota Cimahi diantaranya adalah

- Cekeran Midun
- Nasi Goreng Mafia
- Bakso Boedjangan
- Rumah Makan Padjeng
- Saung Kuring
- Mie Tega Lega
- Depot Bakso Trisno

Jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berjunjung ke objek wisata di kota Cimahi sekitar 9.181.336 dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan sebanyak 909.861 sedangkan jumlah wisatawan ke akomodasi di kota Cimahi sekitar 809.861 dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan sebanyak 73.743 (sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa

Barat, 2016-2017). Dari informasi tersebut dapat diketahui bahwa wisatawan yang berkunjung ke kota Cimahi berjumlah cukup banyak dan dapat membuat potensi di bidang pariwisata terus berkembang terutama dalam bidang kuliner, objek wisata dan yang lainnya.

Boba atau *bubble tea* adalah sejenis minuman teh susu yang ditambah dengan “*pearls*” yang terbuat dari tepung tapioka. Kemunculan minuman boba pertama kali di Taiwan pada tahun 1987 di kedai Chen Shui Tang, putri pemilik kedai, Angela Liu Yen-Ling menantang para pegawai kedai untuk membuat sesuatu yang baru berdasarkan minuman teh susu yang biasa mereka jual di kedai tersebut agar bisa menarik lebih banyak pelanggan. Diam - diam ternyata manajer kedai teh tersebut, Lin Hsiu-Hu menyukai “fen yuan” atau mutiara tapioka sebagai hidangan penutup dan menambahkannya ke dalam teh susu dingin tersebut. Kemudian Lin mencoba menjual minuman tersebut dan ternyata laris diterima masyarakat. Yang kemudian ia menyuruh Angela agar memasukan minuman baru tersebut kedalam menu kedai tersebut.
(sumber : tempo.co)

Boba merupakan minuman yang saat ini sedang digemari di kalangan anak muda karena minuman ini cocok dikonsumsi saat sedang *hangout* ataupun sedang beraktifitas. Tren boba semakin hari semakin populer dengan menjamurnya berbagai gerai baru. Kita dapat menemukan nama – nama baru yang menawarkan minuman manis beserta *topping* yang membuat pengalaman penikmatnya semakin berkesan. Saking populernya minuman boba di Indonesia, *Grab* selaku layanan transportasi daring yang juga menyediakan jasa pembelian makanan secara *online*, *GrabFood*, merilis kenaikan pertumbuhan boba selama tahun 2018. Tercatat Indonesia menempati posisi pertama dengan pertumbuhan paling tinggi.

TABEL 2
PERSENTASE PERTUMBUHAN KONSUMSI BOBA PADA TAHUN 2018

Negara	Persentase Pertumbuhan
Indonesia	>8.500% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018
Filipina	>3.500% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018
Thailand	>3.000% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018
Vietnam	>1.500% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018
Singapura	>700% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018
Malaysia	>250% pertumbuhan dari Januari hingga Desember 2018

(sumber : *grab.com*)

Sebanyak lebih dari 8.500 persen lebih pertumbuhan pesanan boba di Indonesia semenjak layanan *GrabFood* dirilis di masing – masing negara. Dari sini terlihat pertumbuhan boba di negara Asia Tenggara memang sedang naik – naiknya. Terbukti dengan naiknya sebanyak lebih dari 12.000 persen penyuka boba sejak tahun 2018.

TABEL 3
RATA – RATA KONSUMSI MINUMAN BOBA

Negara	Rata – Rata Gelas/Orang/Bulan
Thailand	6 gelas
Filipina	5 gelas
Malaysia	3 gelas
Singapura	3 gelas
Vietnam	3 gelas
Indonesia	3 gelas

(sumber : *grab.com*)

Di Indonesia rata – rata seorang mengkonsumsi boba sebanyak tiga gelas per bulannya. Berikut adalah beberapa *merchant* boba favorit yaitu *Chatime, Xing Fu Tang, Tiger Sugar, Xi Bo Ba, The Alley.*

TABEL 4
RASA BOBA YANG PALING DIGEMARI

Negara	Rank				
	1	2	3	4	5
Filipina	<i>Cheese</i>	<i>Milk Tea</i>	<i>Watermelon</i>	<i>Pandan</i>	<i>Chocolate</i>
Indonesia	<i>Hazelnut</i>	<i>Chocolate</i>	<i>Coffee</i>	<i>Matcha</i>	<i>Mango</i>
Thailand	<i>Coffee</i>	<i>Chocolate</i>	<i>Honey</i>	<i>Berry</i>	<i>Thai Tea</i>
Singapura	<i>Honey</i>	<i>Chocolate</i>	<i>Milk Tea</i>	<i>Hazelnut</i>	<i>Peach</i>
Malaysia	<i>Hazelnut</i>	<i>Coffee</i>	<i>Chocolate</i>	<i>Berry</i>	<i>Passionfruit</i>
Vietnam	<i>Matcha</i>	<i>Cheese</i>	<i>Okinawa</i>	<i>Oolong</i>	<i>Caramel</i>

(sumber : *Grab.com*)

Kembali ke Indonesia, selain banyaknya gerai – gerai baru yang menawarkan boba, banyak juga yang menawarkan rasa baru dengan ciri khasnya masing – masing. Seperti yang sekarang ini sedang banyak digemari adalah *brown sugar*.

Dalam membuat usahanya penulis membuat BMC (Business Model Canvas) untuk menggambarkan proposisi dalam melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan 9 elemen utama dalam berbisnis. Dengan demikian dapat diketahui apakah validasi ide yang diterapkan dalam BMC memiliki prospek ke depannya atau tidak. Berikut adalah BMC dari usaha kedai minuman yang dibuat oleh penulis

TABEL 5

BUSINESS MODEL CANVAS

Kedai BoBow

<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distributor penjual tepung tapioka • <i>Interior and building designers</i> • Distributor bahan baku produk 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membeli bahan baku produk yang berkualitas di supplier terpercaya • Mengolah tepung tapioka menjadi boba • Membuat bahan – bahan minuman boba • Menjual produk • Mempromosikan produk kedai BoBow 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kedai Boba <i>Rainbow</i> pertama di kota Cimahi • Mempunyai konsep yang unik yaitu <i>Library Cafe</i> 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promo dan diskon pada aplikasi <i>online payment</i> • Memberi diskon kepada <i>customer</i> yang melakukan <i>review</i> terhadap kedai. 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anak – anak muda • Pecinta minuman boba • Anak-anak sekolah • Pengemudi yang sedang melewati jalan Gatot Subroto
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Staff</i> • <i>Ingredients</i> • <i>Tools & Equipment</i> • Produk 		<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Social media</i> • <i>Customer review</i> • <i>Online Shopping</i> • <i>Online payment</i> • <i>Flyers and banners</i> 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya penyewaan tempat • Biaya promosi • Bahan baku • Gaji pegawai • Kegiatan promosi 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Daily sales</i> • <i>Product sales</i> • <i>Promotion sales</i> 		

(sumber : Olahan Penulis, 2020)

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan dalam penulisan Deskripsi Bisnis ini, maka penulis akan membuat usaha *Business Plan* dengan judul “PERENCANAAN USAHA KEDAI MINUMAN BOBA **RAINBOW** DI KOTA CIMAHI”

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. Deskripsi Bisnis

Kedai yang akan didirikan ini memiliki nama kedai BoBow singkatan dari Boba *Rainbow*, yang merupakan kedai dengan *signature* boba *rainbow* pertama di kota Cimahi, produk yang ditawarkan dan menjadi ciri khas tersendiri ialah boba *pearls rainbow*. Dalam proses pembuatannya menggunakan bahan – bahan alami seperti ekstrak dari buah – buahan dan beberapa *homemade* sirup yang dipastikan aman untuk dikonsumsi dan tentunya cocok untuk mereka yang memiliki gaya hidup sehat. Total terdapat 5 varian rasa yang akan kedai BoBow tawarkan yakni *Signature BoBow*, *Mint Fresh Tea*, *Blue Ocean*, *Vanilla Latte*, dan *Bubble Gum*.

Kedai BoBow memiliki konsep *Library Café* yang memiliki suasana tenang dan nyaman karena pada dasarnya kedai ini menargetkan konsumen anak – anak muda khususnya pelajar mengingat lokasi kedai ini berada pada lingkungan sekolah dan tempat bimbingan belajar. Di kota Cimahi belum ada kedai atau *café* yang menawarkan konsep serupa sehingga penulis melihat peluang tersebut untuk dijadikan sebagai konsep bisnis usahanya.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo dan nama sangat diperlukan bagi sebuah usaha atau bisnis karena berperan sebagai identitas dan *branding* untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Dalam pembuatan logo dan nama harus

terdapat dasar atau arti sebagai pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Berikut adalah logo dan nama kedai Bobow :

GAMBAR 1
LOGO DAN NAMA KEDAI BOBOW



(sumber : Desain Penulis, 2020)

Deskripsi logo kedai BoBow ialah pada lingkaran berwarna biru yang mengartikan warna langit yang cerah serta menggambarkan konsep kedai BoBow yang *fresh*, terdapat enam warna berbentuk bulat mengartikan warna pelangi sebagai inspirasi dalam pembuatan kedai BoBow, sekaligus menandakan bahwa kedai ini adalah kedai boba pertama di kota Cimahi yang memiliki *authenticity product* yaitu boba *rainbow*. Kemudian terdapat slogan “*Healthy can be Sweet*”, ‘*Healthy*’ memiliki arti bahwa produk boba yang dibuat menggunakan bahan – bahan alami dan berkualitas. Dan arti ‘*Sweet*’ disini ialah manis dalam hal konsep kedai yang ditawarkan dengan nuansa *library café* dan penyajian kemasan yang menarik dan unik.

Dalam pemilihan nama kedai “BoBow” merupakan nama yang disingkat dari Boba *Rainbow* karena *authenticity product* yang dibuat kedai ini ialah boba *rainbow*. Dengan demikian dapat diharapkan bahwa konsumen yang berkunjung dan menikmati produk kedai ini dapat merasakan suasana yang *comfy* dengan cita rasa produk yang menyehatkan dan *fresh*.

3. Identitas Bisnis

Untuk memudahkan para calon konsumen mendapatkan informasi maka identitas bisnis sangat diperlukan seperti *media platform*, kontak dan alamat. Untuk *media platform* kedai BoBow menggunakan website dan social media berikut contohnya

Website : www.kedaibobow.gmail.com

Instagram : @kedaibobow

Selain *media platform* yang digunakan terdapat juga alamat atau bukti fisik lokasi dari usaha kedai ini. Dalam perencanaan pendirian sebuah usaha lokasi merupakan hal yang sangat krusial.

Menurut Lupiyoadi (2013:96) lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasional dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi menentukan kesuksesan suatu jasa karena erat kaitannya dengan pasar potensial.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis memutuskan untuk menetapkan lokasi usaha berada di Jalan Gatot Subroto, Karangmekar, Kec. Cimahi Tengah, Kota Cimahi dengan pertimbangan sebagai berikut :

- Sistem jalan dua arah
- Berada di sekitar lingkungan sekolah dan tempat bimbingan belajar
- Jalan yang dapat diakses dengan kendaraan umum
- Lokasi tepat berada di pinggir jalan

GAMBAR 2

TAMPAK ATAS LOKASI USAHA



(sumber : Google Maps, 2020)

GAMBAR 3

TAMPAK DEPAN LOKASI USAHA



(sumber : Google Maps, 2020)

GAMBAR 4

LALU LINTAS DI SEKITAR LOKASI USAHA



(sumber : Google Maps, 2020)

GAMBAR 5

LALU LINTAS DI SEKITAR LOKASI USAHA



(sumber : Google Maps, 2020)

C. VISI DAN MISI

Dalam menjalankan sebuah usaha keberadaan visi dan misi sangatlah penting, visi merupakan gagasan atau tujuan utama sebuah usaha didirikan sedangkan misi merupakan tahapan atau cara agar visi itu tercapai. Tanpa adanya sinergi antara visi dan misi mustahil bagi sebuah usaha dapat berjalan lancar, karena pada dasarnya visi dan misi merupakan pondasi dalam menjalankan sebuah usaha. Semakin kuat pondasinya maka semakin besar pula kemungkinan sebuah usaha dapat bertahan lama. Berikut adalah visi dan misi kedai BoBow :

1. Visi

Memperkenalkan kedai BoBow sebagai kedai boba *rainbow* pertama dan menjadi *trendsetter* minuman sehat kekinian di kota Cimahi.

2. Misi

- *Quality service* dan *product* menjadi hal penting demi memberikan kepuasan kepada konsumen.
- Menyajikan produk boba yang inovasi dan beda dari pesaing lainnya.

- Menyajikan produk boba dengan bahan alami tanpa bahan pengawet dan bahan kimia

D. S.W.O.T ANALISIS

Menurut Jogiyanto (2005: 46) Analisis SWOT digunakan untuk menilai kekuatan – kekuatan dan kelemahan – kelemahan dari sumber – sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan – kesempatan eksternal dan tantangan – tantangan yang dihadapi.

SWOT sendiri merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman).

Berikut adalah SWOT dalam usaha kedai BoBow :

1. *Strengths* (kekuatan)

Satu – satunya kedai boba *raibow* di kota Cimahi yang menggunakan bahan – bahan alami, berlokasi ditempat yang strategis yakni dilingkungan sekolah dengan sistem jalan dua arah dan harga yang terjangkau bagi anak – anak muda.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

Produk mudah ditiru, butuh modal yang tidak sedikit karena usaha dimulai dari nol, dalam proses pembuatan bobanya cukup membutuhkan waktu yang tidak sebentar dan lahan parkir yang terbatas.

3. *Opportunities* (peluang)

Tren boba yang saat ini sedang naik daun dengan permintaan pasar yang cukup tinggi khususnya dikalangan anak muda, orang – orang mulai sadar akan pola hidup sehat sehingga mereka menginginkan varian dari *healthy product* untuk dikonsumsi dan bekerja sama dengan mitra *online delivery*

4. *Threats* (ancaman)

Munculnya usaha – usaha sejenis yang baru sehingga menambah daftar pesaing, bersaing dengan *brand – brand* boba yang sudah memiliki nama dipasaran, anak – anak muda mempunyai kecenderungan mudah bosan terhadap produk yang itu – itu saja.

E. SPESIFIKASI PRODUK

Spesifikasi produk merupakan uraian penjelasan mengenai produk yang akan dijual atau ditawarkan. Kedai BoBow menggunakan bahan – bahan alami sebagai campuran dalam membuat produknya. Karena dalam pembuatan boba *rainbow* menggunakan ekstrak dari buah – buahan maka kedai Bobow hanya akan menyajikan minuman dalam kondisi *chill* atau dingin agar tetap menjaga kualitas rasa dari boba *rainbow* itu sendiri. Berikut adalah spesifikasi produk dari kedai BoBow :

TABEL 6

SPESIFIKASI PRODUK KEDAI BOBOW

Spesifikasi Produk	Deskripsi
Boba <i>Rainbow</i>	<ul style="list-style-type: none">- Warna merah, menggunakan ekstrak buah strawberry- Warna orange, menggunakan ekstrak buah manga- Warna kuning, menggunakan ekstrak buah jeruk- Warna hijau, menggunakan ekstrak daun pandan- Warna biru, menggunakan ekstrak buah blueberry

	- Warna ungu, menggunakan ekstrakbuah naga merah
Varian Rasa	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Signature BoBow</i> (<i>Boba Rainbow, Melted Palm Sugar, Full Cream Milk</i>) - <i>Mint Fresh Tea</i> (<i>Boba Rainbow, Homemade Mint Tea Syrup, Soda, Simple Syrup</i>) - <i>Vanilla Latte</i> (<i>Boba Rainbow, Vanilla Essence, Milk, Simple Syrup, Creamy Coffee Powder</i>) - <i>Blue Ocean</i> (<i>Boba Rainbow, Homemade Bluepea, Soda, Simple Syrup</i>) - <i>Bubble Gum</i> (<i>Boba Rainbow, Homemade Bubble Gum Syrup, Milk, Simple Syrup</i>)

(sumber : Olahan Penulis, 2020)

F. JENIS/BADAN USAHA

Pengertian badan usaha menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah sekumpulan orang dan modal uang mempunyai aktivitas yang bergerak di bidang perdagangan atau dunia usaha/perusahaan.

Dalam pemilihan badan usaha penulis memutuskan untuk menggunakan *Commanditire Vennootschap* (CV) atau Persekutuan Komanditer, berikut adalah penjelasannya, secara umum CV merupakan bentuk badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih yang dimana terdapat sekutu aktif, yaitu sekutu yang menjalankan usaha dan memiliki hak untuk melakukan perjanjian dengan pihak ketiga. Kemudian terdapat sekutu pasif, yaitu

sekutu yang hanya menyerahkan modal dan tidak memiliki kewenangan dalam kepengurusan dan kegiatan perusahaan.

Menurut Wijayanta & Widyaningsih (2007: 69), Persekutuan Komanditer adalah suatu persekutuan untuk menjalankan usaha bersama, didirikan oleh satu atau lebih sekutu aktif dengan satu atau lebih sekutu komanditer atau pasif. Berikut adalah kelebihan dari Persekutuan Komanditer antara lain :

1. Pendirian CV mudah
2. Modal yang dikumpulkan dapat lebih banyak
3. Lebih mudah dalam mendapatkan kredit usaha
4. Manajemen CV dapat dilakukan dengan lebih baik
5. Kesempatan untuk melakukan perluasan usaha lebih terbuka

G. ASPEK LEGALITAS

Menurut Muhammad (2010 : 329) legalitas perusahaan adalah segala bentuk usaha yang menyatakan persyaratan undang – undang yang wajib dipenuhi.

Dengan kata lain perusahaan yang bergerak dalam bidang apapun dinyatakan sah secara hukum apabila memiliki legalitas usaha. Untuk dapat memiliki segala macam legalitas usaha yang diperlukan, sebuah perusahaan wajib mengikuti prosedur yang ada saat itu yang telah ditetapkan pemerintah. Manfaat dari adanya legalitas usaha yakni dapat melindungi perusahaan dari praktik persaingan usaha yang tidak sehat dan memudahkan pemerintah dalam melakukan pembinaan serta pengawasan sehingga sebuah perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Berikut adalah bentuk legalitas usaha yang kedai BoBow akan penuhi :

- Nama Perusahaan

Muhammad (2010 : 331) menyatakan bahwa dalam menjalankan sebuah kegiatan usaha nama perusahaan merupakan sebuah jati diri.

Nama perusahaan erat kaitannya dengan kualitas dan kemampuan perusahaan maka untuk menghindari penyalahgunaan nama diperlukanlah payung hukum.

- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Agar sebuah perusahaan dapat menjalankan usahanya secara sah dimata hukum maka setiap perusahaan wajib mendapatkan yang namanya SIUP demi kelancaran kegiatan operasional kedepannya. Kedai BoBow sendiri merupakan badan usaha mikro yang berjenis CV dengan kepemilikan tunggal yang bekerja sama dengan investor.

- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Setiap wajib pajak hanya memiliki satu NPWP, sebuah perusahaan wajib memiliki NPWP karena menjadi syarat untuk mendapatkan SIUP.

- Sertifikat Halal

Untuk menarik kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dijual bentuk legalitas satu ini wajib didapatkan karena untuk membuktikan tidak adanya kandungan bahan non – halal. Sertifikasi halal diperoleh dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

- Sertifikasi Layak Higienis dan Sanitasi

Sertifikasi satu ini untuk membuktikan dan menjamin bahwa produk yang dijual tidak membahayakan kesehatan juga merupakan suatu bentuk perlindungan kepada konsumen.

- Surat Perjanjian Kontrak Sewa

Kedai BoBow sendiri dalam usahanya menyewa sebuah ruko dengan demikian surat perjanjian kontrak sewa ini sangat penting keberadaannya untuk melindungi pihak pertama dan pihak kedua.

