

# BAB I

## DESKRIPSI BISNIS

### A. Latar Belakang

Jasa industri adalah kegiatan usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Diawali dengan proses bahan mentah yang berasal dari pihak lain dalam kegiatan ini, pengolah hanya melakukan pemrosesan dengan imbalan sejumlah uang atau komoditas tertentu.

Perusahaan juga dikenal sebagai bisnis industri. Dalam pembagiannya, unit bisnis yang terlibat dalam kegiatan ekonomi pasti menghasilkan barang atau jasa, biasanya bertempat di bangunan atau lokasi tertentu. Pihak perusahaan harus menyimpan semua bentuk catatan administrasinya sendiri mengenai produksi dan struktur biaya. Perusahaan juga mempekerjakan satu atau lebih pegawai dalam rangka menjalankan bisnis perusahaan tersebut.

Unit unggulan dalam bidang industri berasal dari 3 kebutuhan pokok manusia (sandang, pangan, papan). Pangan adalah suatu bentuk pengelolaan yang dilakukan oleh makhluk hidup sebagai upaya dalam memelihara dan juga meningkatkan kualitas serta meningkatkan kuantitas kesehatan. Pangan menjadi salah satu jenis kebutuhan primer yang tidak bisa terpisahkan dari hajat hidup orang banyak (Supriyanto, 2006) untuk itu, pangan merupakan kebutuhan manusia yang dipenuhi dengan frekuensi lebih cepat dan banyak dibandingkan dengan kedua kebutuhan pokok manusia lainnya.

“*Industri 4.0* memberikan *multiplier effect* bagi perekonomian nasional. Apalagi, dapat juga mendukung dan mempermudah aktivitas industri demikian seperti kondisi pandemi saat ini, berdasarkan peta jalan *Making Indonesia*, industri makanan dan minuman adalah salah satu dari tujuh sektor yang diakselerasi untuk mengadopsi *Teknologi Industri 4.0*. Diharapkan langkah strategis ini dapat menjadi titik naik kinerja sektor unggulan tersebut.” (Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita, Jakarta 19 April 2021)

Kementerian Perindustrian mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020.

Industri makanan dan minuman juga mempunyai peranan yang penting dalam kontribusi ekspor industri pengolahan nonmigas. Pada periode Januari-Desember 2020, total nilai ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD31,17 miliar atau menyumbang 23,78% terhadap ekspor industri pengolahan nonmigas sebesar USD131,05 miliar (Kementerian Perindustrian Indonesia 202).

## GAMBAR 1

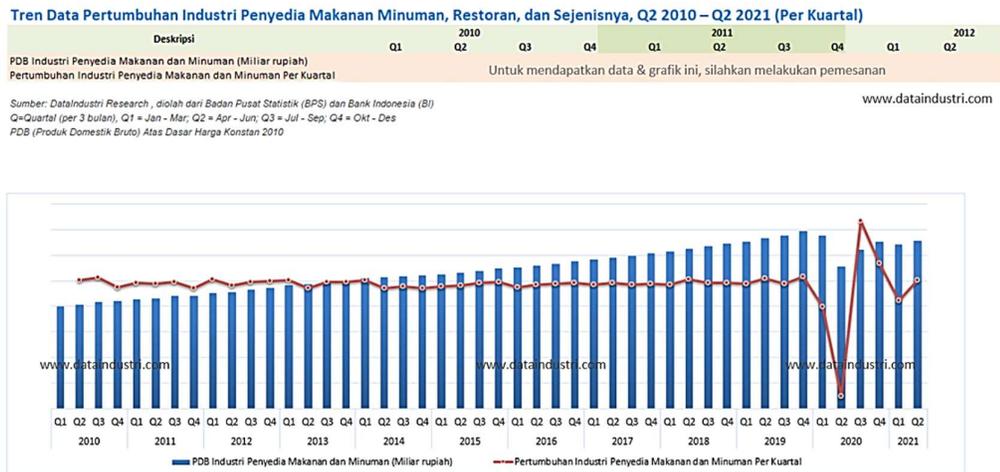
### Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman 2011-2021 (Per Tahun)



Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, 2011 – 2021

## GAMBAR 2

### Pertumbuhan Industri Makanan & Minuman 2011-2021 (Per Kuartal)



Tren Data Pertumbuhan Industri Penyedia Makanan Minuman, Restoran, dan Sejenisnya, Q2 2010 – Q2 2021 (Per Kuartal)

Sumber : Data Industri Research, Badan Pusat Statistik, 2021

Pada zaman yang sudah berkembang ini, banyak pilihan jenis makanan yang dapat menjadi suatu bidang industri. Pilihan anak muda yang lebih banyak menyukai *fast food* sebagai pilihan dalam mengonsumsi makanan, menjadikan tempat makan *fast food* sebagai salah satu unit yang baik dalam membuka usaha, contohnya Kedai burger. Kedai Burger menjadi salah satu unit industri yang marak berkembang di kota Jakarta.

Burger merupakan salah satu makanan yang sudah lama dikenal masyarakat dunia. Banyak yang beranggapan bahwa burger sesungguhnya berasal dari negara Amerika. Sejarah burger dimulai sejak daging sapi digiling untuk pertama kalinya. Namun demikian, sebenarnya ada beberapa versi dalam sejarah penemuan Burger.

Beberapa sumber mengatakan bahwa munculnya burger adalah pada masa tantara Mongol, bangsa Tartar, Asia Tengah yang hendak berperang atau bepergian jauh, menyimpan daging sapi mentah dibawah sadel atau alas duduk saat menunggang kuda, daging sapi yang terhimpit oleh gerak tunggangan kuda, akhirnya menjadi lumat dan pipih, lalu di beri perasan jeruk oleh para tantara dan dimakan sebagai bekal makanan.

Sejarah *Patty* atau roti yang melapisi olahan daging burger adalah saat para Imigran dari Hamburg memperkenalkan olahan daging tersebut kepada orang Amerika. Dua bersaudara yaitu Frank dan Charles Menches adalah penjual *sandwich* di pinggir jalan. Karena suatu hari sosis yang biasa menjadi isian untuk *sandwich* yang di jual, akhirnya mereka mengganti olahan daging sapi cincang yang sedang populer saat itu menjadi isian untuk *sandwich* yang mereka jual. Hal ini dinilai dan ditanggapi baik oleh para konsumen mereka.

Hamburger masa kini sangat dikenal oleh masyarakat diseluruh dunia. Jaringan restoran cepat saji sekarang menyajikan *hamburger* di berbagai negara, tetapi McDonald's dengan Big Mac, dan Burger King adalah yang paling terkenal dari semua restoran yang menjual hamburger di seluruh dunia.

Melihat perkembangan industri kuliner yang bertumbuh dengan baik dengan fokus kepada maraknya penjualan burger, hal inilah yang mendasari berdirinya *Toothless Burger* pada tahun 2018. Perencanaan usaha yang dikembangkan bertujuan untuk jangka Panjang. Sebuah perencanaan usaha yang didirikan adalah usaha Kedai Burger dimana hidangan utama yang disajikan adalah Burger. Bukan hanya itu, pengembangan variasi hidangan juga sudah terlaksana. Terdapat hidangan lain yang tentunya dapat menjadi pilihan bagi para konsumen, tidak lupa juga terdapat pilihan menu minuman sebagai pelengkap dalam sajian yang dapat di nikmati oleh konsumen.

Tujuan utama penulis membuat perencanaan usaha ini tentunya di dasari oleh keinginan besar penulis dalam pengembangan usaha kedai burger ini, diluar itu penulis juga berharap bahwa banyak pecinta burger bisa menikmati hidangan burger yang nikmat dengan kualitas yang baik dan harga terjangkau di bandingkan dengan kompetitor yang ada.

Dalam menjalankan usaha ini, penulis juga telah melakukan beberapa survei, yang pertama adalah membanding harga dan kualitas pada beberapa tempat usaha yang serupa. Setelah itu penulis mengerucutkan *survey* dengan fokus yang sama namun dengan cakupan wilayah yang lebih kecil, tepatnya wilayah setikar Tebet, Jakarta

## B. Gambaran Umum Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

Kedai *Toothless Burger* ini merupakan usaha bersama dengan Penulis dan kakak sepupu Penulis, Penulis sendiri telah bergabung menjadi tim pemasaran bagian media sosial semenjak tahun 2020, tepatnya pada awal masa pandemi. *Toothless Burger* sendiri dimulai dengan penjualan secara *online* melalui platform *Instagram*. Sudah 4 tahun berjalan, perjalanan dan perkembangan *Toothless Burger* sendiri banyak mengalami perubahan dan pengembangan dari berbagai aspek.

Konsep yang coba di bangun oleh *owner* dari *Toothless Burger* sendiri adalah berusaha agar setiap konsumen yang menikmati hidangan langsung di tempat, dapat merasa seperti menyantap makanan di rumah. Untuk mendukung pemenuhan konsep yang ingin dicapai, kedai burger yang dibangun juga di desain agar memiliki suasana seperti di rumah. Hal ini agar membuat konsumen merasa nyaman untuk berkumpul dalam jangka waktu yang lama disana.

Dalam pilihan menu makanan, *Toothless Burger* bukan hanya menjual burger, *Toothless Burger* juga akan menjual beragam makanan, dari mulai makanan ringan seperti kentang goreng dan *sandwich*, sampai makanan berat seperti *Spaghetti* dengan banyak pilihan saus dan *Pizza*. Untuk minuman, dibagi menjadi 3 menu pilihan yaitu, Kopi, Teh dan *Mocktail*.

- Deskripsi Logo dan Nama

**GAMBAR 3**  
**LOGO USAHA**



*Sumber : Desain Pemilik Usaha, 2018*

**GAMBAR 4**  
**PERUBAHAN LOGO USAHA**



*Sumber : Desain Pemilik Usaha, 2020*

Logo usaha *Toothless Burger* mengalami perubahan sederhana sebanyak 1 kali, desain logo ini dirancang sendiri oleh *owner* dari *Toothless Burger*. Perubahan logo didasarkan oleh perubahan fokus penjualan makanan. Pada 2018, selain burger *Toothless* juga menjual *Ricebowl* sebagai menu utama, itu mengapa terdapat tag line “*The Bowl is All Yours*” pada logo pertama. Setiap unsur dalam logo juga memiliki makna dan arti sendiri, berikut adalah penjelasannya :

- Tulisan *Toothless* sebagai nama atau branding dari usaha ini. Kata *Toothless* dibuat tegas dengan menggunakan huruf kapital agar dapat tergambar dengan jelas kesan terpercaya dan profesionalitas dalam usaha ini.
- Warna hitam yang mendominasi pada logo dipilih sebagai bentuk kekuatan dan kesan eksklusif pada logo. Bukan hanya itu, makna kekuatan juga diharapkan menjadi landasan yang kuat bagi *Toothless* dalam menjalani industri ini. Rasa eksklusif juga ditawarkan pada setiap pelayanan di tempat makan, karena konsumen dapat langsung berinteraksi kepada juru masak, untuk memberi masukan atau permintaan langsung untuk menu makanan yang dipilih.
- Lingkaran yang menjadi border dalam logo ini, agar seperti lingkaran yang tidak memiliki batas, *Toothless* juga diharapkan memberikan rejeki kepada pemilik usaha yang tak putus-putus. 2 Lingkaran kecil dan besar digambarkan sebagai Roti bulat (*Bun*) dan daging patty sebagai unsur dari burger.

### c. Identitas bisnis

Identitas Bisnis menjadi suatu hal yang sangat penting dalam mendirikan sebuah usaha. Identitas usaha menjadi suatu hal bagi konsumen atau tamu untuk mengingat sebuah usaha. Pada identitas usaha disertakan nama usaha yaitu *Toothless Burger* yang didirikan oleh saudara dari penulis Bernama Arialdo Putra Listio. Terdapat 4 pemegang saham dari usaha ini. Penulis sendiri memiliki 15% saham dari *Toothless Burger* ini.

Usaha *Toothless Burger* telah mengalami beberapa kali perpindahan lokasi seiring dengan berkembangnya usaha ini. Saat ini *Toothless Burger* berlokasi di Jalan Tebet Barat Dalam Raya No. 29, RT.7/RW.5, Tebet Barat, Tebet, Jakarta Selatan, Jakarta 12810. Pemilihan lokasi di dasarkan oleh daerah Tebet yang dikenal oleh kalangan muda Jakarta, Tebet juga menjadi salah satu pusat perkembangan usaha makanan dan minuman di Jakarta. Berikut informasi lain yang dapat diketahui oleh konsumen :

Nomor telepon : 0878-8844-3003

**Tabel 1**  
**Jam Operasional *Toothless Burger***

Hari	Jam Operasional
Senin	11.00 - 21.00 WIB
Selasa	11.00 - 21.00 WIB
Rabu	11.00 - 21.00 WIB
Kamis	11.00 - 21.00 WIB
Jumat	11.00 - 21.00 WIB
Sabtu	11.00 - 21.00 WIB
Minggu	11.00 - 21.00 WIB

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

### C. Visi dan Misi

#### 1. Visi

Dalam pengembangannya, Toothless Burger sudah beberapa kali mencapai Visi yang di targetkan. Hal ini di dukung dengan pencapaian usaha seperti perpindahan lokasi menuju tempat yang lebih strategis dan dapat lebih banyak mencakup konsumen untuk makan di tempat. Saat ini, Visi *Toothless Burger* sendiri adalah :

“Menjadi kedai burger yang berkenan di hati masyarakat seluruh Indonesia karena mengutamakan hidangan dan pelayanan yang eksklusif bagi setiap konsumen yang berkunjung guna mencapai kepuasan tamu”

#### 2. Misi

- Memberi kepuasan kepada tamu, pekerja, dan pemilik usaha.
- Memberikan kualitas terbaik pada setiap aspek kedai burger.
- Menjadi lapangan kerja bagi para pencari kerja.
- Mengembangkan usaha dengan inovasi terbaru untuk guna memperluas cakupan konsumen atau pelanggan.

### D. Gambaran umum Model Bisnis

Dalam industry bisnis makanan dan minuman , salah satu unsur yang tidak bisa terpisahkan adalah pesaing bisnis, dimana mereka bergerak di bidang yang sama. Dari gambar 1.1 dan 1.2, dapat dilihat tingkat pertumbuhan bisnis makanan dan minuman bertumbuh begitu pesat. Banyak pengusaha yang terjun di dalam industri penjualan makanan dan minuman karena market yang bisa di dapatkan sangat besar.

Pada gambaran umum model bisnis ini, penulis akan memaparkan beberapa pesaing bisnis atau usaha sejenis yang menjadi pertimbangan penulis dan pemilik usaha sebagai salah satu unsur dalam menentukan suatu keputusan bagi usaha yang di jalankan. Berikut adalah beberapa pesaing bisnis yang bergerak di industri dan bidang yang sama dengan usaha Penulis :

**Tabel 2**  
**Data Usaha Sejenis di Kota Jakarta**

No	Nama usaha	Alamat
1	Lawless Burger	Jl. H. Agus Salim No.60, Gondangdia, Menteng
2	Burger Byurger	Jl. Tebet Timur Dalam II No.44 , Tebet Timur
3	Burger Bangor	Jl. Tebet Barat IX No.25, Tebet Barat

Sumber : Olahan Penulis, 2021

**Gambar 6**  
**Penilaian Usaha Sejenis**



Sumber : Google Review, 2022

Dari data diatas, ketiga kedai burger tersebut dipilih penulis karena merupakan usaha sejenis yang menjadikan burger sebagai menu utama yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, yang menjadi pertimbangan penulis berdasarkan penilaian harga, rasa dan juga ketiga kedai burger di atas memiliki level bisnis yang sama dengan *Toothless*

*Burger*, dimana mengambil konsep hand made.

Pertama adalah *Lawless Burger* menjadi pesaing dalam hal cita rasa dan kualitas bahan, namun memiliki harga diatas *Toothless Burger*. Pesaing kedua adalah *Burger Byurger*, dalam segi cita rasa, komentar dari para konsumen mengatakan bahwa rasa yang dimiliki *Toothless Burger* lebih enak dibandingkan *Burger Byurger*, namun memang harga dari *Burger Byurger* berbeda sedikit lebih murah dibandingkan *Toothless Burger*. Dan yang ketiga adalah *Burger Bangor*. Produk dari *Burger Bangor* memang sudah lebih banyak dikenal oleh masyarakat, karena *Burger Bangor* sudah memiliki beberapa cabang yang tersebar di daerah Jakarta. Walaupun memiliki harga yang relatif lebih murah, Namun untuk pemenuhan kepuasan tempat makan dan pelayanan, *Toothless Burger* dapat dikatakan lebih unggul.

Ketiga kedai burger di atas memang bisa menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk memilih tempat makan burger, namun satu hal unik yang dimiliki oleh *Toothless Burger* dan tidak dimiliki Burger lain adalah memiliki eksklusivitas bagi para tamu atau konsumen. Hal ini dapat menjadi keuntungan dan kelemahan dalam persaingan bisnis.

#### ***E. SWOT Analysis***

**Tabel 3**  
**SWOT Analysis**

<b><i>Strengths</i></b>	<b><i>Weaknesses</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eksklusivitas yang bisa di dapat oleh konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterbatasan luas dan kapasitas untuk tempat makan konsumen.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki Kualitas dari bahan makanan dan minuman yang baik.</li> <li>• Tempat untuk menikmati hidangan yang nyaman.</li> <li>• Tenaga kerja yang terlatih dalam pada bidangnya.</li> <li>• Tersedia tempat untuk disewakan (<i>Event / Working Space</i>).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenaga kerja terlatih sudah ada, namun jumlahnya masih kurang, menyebabkan pengalihan job desk yang harus di kerjakan oleh tenaga kerja yang ada.</li> <li>• Marketing yang belum terlalu baik.</li> </ul>
<b><i>Opportunities</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berlokasi di Tebet, menjadi peluang besar untuk pengembangan bisnis.</li> <li>• Pilihan makanan yang sudah cukup bervariasi diluar burger, menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin memakan makanan lain.</li> <li>• Memiliki suasana yang nyaman seperti di rumah.</li> <li>• Berada dalam satu bangunan dengan brand perpustakaan yang cukup besar (<i>Baca Di Tebet</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesaing usaha sejenis yang semakin banyak di Jakarta.</li> <li>• Penumpukan pesanan karena berkurangnya tenaga kerja, akibat dampak dari kondisi pandemic <i>Covid-19</i>.</li> <li>• Banyak pesaing usaha sejenis yang sudah memiliki nama besar.</li> </ul>

Sumber : Data olahan penulis, 2022

### 1. ***Strength / Kekuatan***

Kedai burger ini memiliki ciri khas yaitu eksklusivitas yang bisa di dapatkan oleh tamu. Setiap tamu berhak untuk meminta agar berbicara

dengan juru masak untuk meminta permintaan khusus terkait hidangan yang dipesan. Selama permintaan dan bahan baku yang di minta tersedia, sebaik mungkin permintaan tamu akan di penuhi. Dari sini dapat dilihat bahwa kinerja tenaga kerja yang ada sangatlah maksimal.

Kualitas bahan makanan yang di pilih, dapat dikatakan yang terbaik. Hampir semua pelengkap untuk hidangan dibuat sendiri oleh juru masak, seperti roti *bun*, *mayonnaise*, saos, dan lainnya. Itu mengapa ada *tag home made* di bagian atas logo, karena hampir keseluruhan unsur hidangan di buat sendiri.

Tamu dapat dengan nyaman mengkonsumsi hidangan yang di pesan karena suasana yang di bangun di dalam kedai burger diusahakan menyerupai suasana di rumah. Hal ini sudah dirancang dengan perabotan yang menunjang suasana seperti di rumah. Selain itu, kedai *Toothless Burger* ini juga dapat di gunakan sebagai tempat mengadakan acara. Tentunya hal ini karena konsumen menilai baik kondisi dari interior kedai burger ini, Membuat tamu dengan sukarela memposting di social media.

## **2. Weakness / Kelemahan**

Tingkat keramaian pengunjung sering kali tidak dapat di tebak. Salah satu kelemahan kedai burger ini adalah kekurangan tempat bagi tamu untuk menikmati hidangan disaat kedai burger sedang ramai. Hal ini berdampak juga kepada masih kurangnya tenaga kerja yang tersedia. Pengurangan tenaga kerja pernah terjadi disaat masa pandemi.

Dari segi *marketing*, sebenarnya masih sangat banyak kekurangan yang perlu di tingkatkan. Selama ini, penyebaran masih banyak hanya

melalui mulut ke mulut. Belum ada satu pergerakan besar yang di fokuskan pada marketing penjualan kedai burger ini.

### 3. *Opportunity* / Peluang

Sebagai salah satu kedai makanan yang berdiri di Tebet, *Toothless* mempunyai peluang yang sangat besar dalam pengembangannya. Hal ini di dukung dengan Kawasan Tebet yang memang menjadi salah satu pusat industri makanan dan minuman. Perpindahan lokasi kedai burger ini menuju ke Tebet berlangsung pada bulan Juni tahun 2021. Dan berkat dari perpindahan ini, pengembangan kedai burger ini juga sangat terlihat cepat.

Pilihan makanan yang terdapat dalam kedai burger ini cukup bervariasi. *Toothless burger* menyediakan berbagai variasi burger dalam menu hidangannya. Namun, selain tamu dapat menikmati menu utama yaitu burger, terdapat pilihan lain bagi para konsumen yang tidak ingin menyantap burger. Hal ini dianggap sebagai cara agar konsumen datang bukan hanya dari satu faktor.

Kedai burger ini menyatu dengan brand membaca yang cukup besar. *Baca Di Tebet* terletak di lantai 2 dari bangunan ini. Ini merupakan sebuah peluang bagi para pengunjung *Baca Di Tebet* agar juga dapat menyantap makanan di kedai *Toothless Burger*. Peluang dari hal ini adalah 5% dari pengeluaran dari tamu *Toothless Burger* yang berkunjung ke *Baca Di Tebet* akan masuk ke Revenue tambahan *Toothless Burger*. Contoh (Juli) rata-rata *revenue Baca Di Tebet* berada di angka Rp 29.400.000 per bulan (210 pengunjung per bulan Juli 2022 x Rp 35.000), dengan begitu 5% nya adalah Rp 1.470.000 akan masuk ke *revenue Toothless Burger*.

#### 4. *Threat / Ancaman*

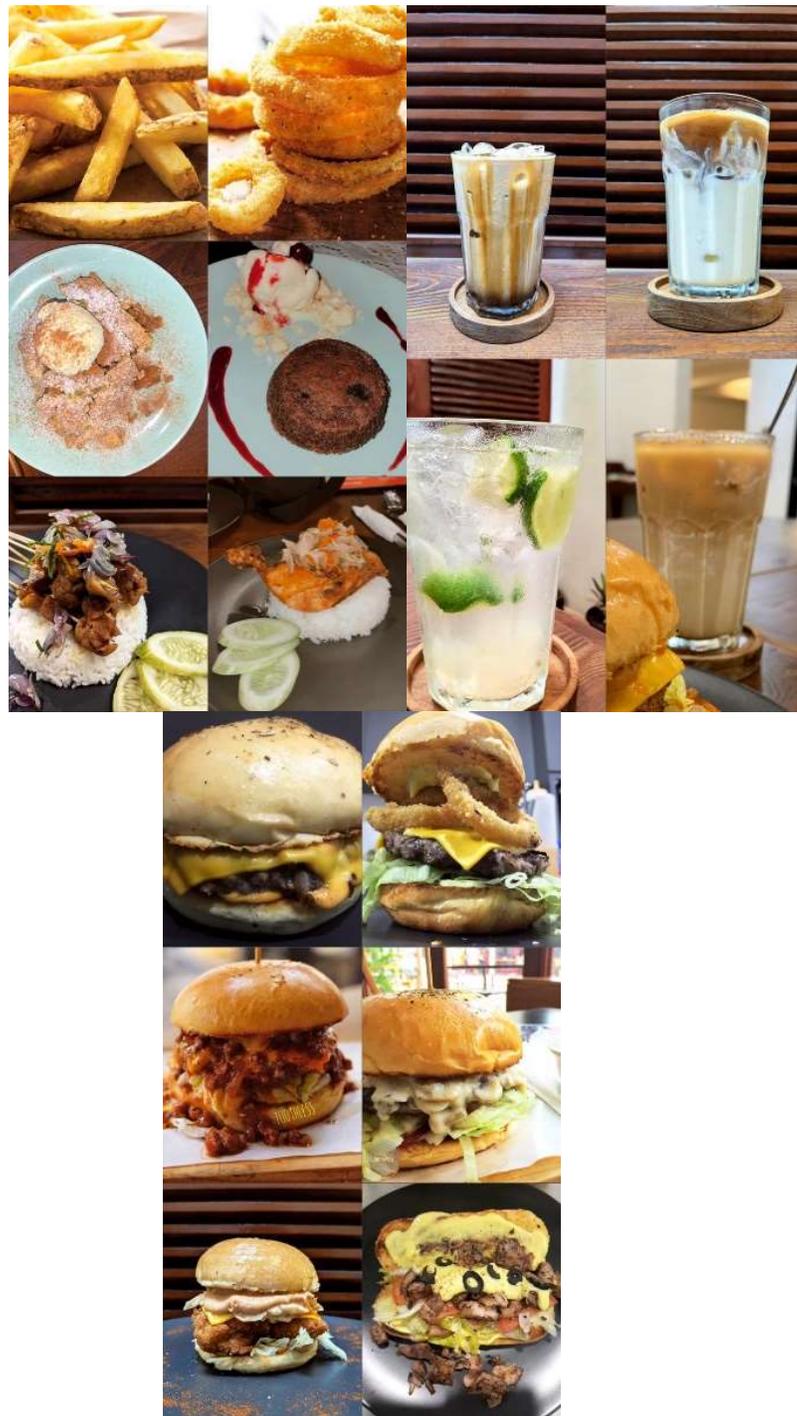
Industri kedai burger di Jakarta dapat dilihat sangat berpotensi, itu mengapa sudah banyak usaha sejenis yang sudah ada. Hal ini menjadi sebuah ancaman karena menjadi pilihan pertimbangan bagi konsumen. Diluar itu, pesaing dengan usaha sejenis juga sudah banyak yang memiliki nama atau branding sangat populer, contohnya seperti *Burger King*.

Hal yang menjadi ancaman lainnya adalah disaat kedai dalam kondisi ramai, kedai *Toothless Burger* mengalami kekurangan untuk tempat duduk tamu. Hal ini bisa menjadi ancaman bagi stimulasi pengunjung yang berfikir kalau tidak adanya tempat di kedai burger ini. Selain itu, menumpuknya pesanan dengan tenaga kerja yang masih kurang dapat menyebabkan durasi dalam penyediaan hidangan yang ikut menjadi lama. Di luar itu, kondisi pandemi *Covid-19* yang masih berlangsung, masih menjadi pembatas atau penghambat dalam berbagai unsur.

#### F. **Gambaran Umum Produk dan Jasa**

Dalam usaha ini, pemilik usaha memfokuskan makanan dan minuman sebagai produk utama yang di jual. Makanan yang dijual beragam mulai dari makanan berat hingga makanan ringan. Contoh untuk makanan berat adalah Burger itu sendiri sebagai produk utama, berbagai pilihan *Pasta*, dan Nasi. Contoh dari makanan ringan adalah *Homecut fries*, *Onion Rings*, dan lain-lain. Untuk produk minuman, dibagi menjadi dua kategori yaitu *Coffee* dan *Non Coffee*. Bukan hanya itu, usaha ini juga menjual beberapa produk Dessert seperti *Chocolate Lava*, *Apple Crumble*, dan *Or's Sliced Cake*.

**Gambar 7**  
**Contoh Produk Makanan dan Minuman yang dijual**



*Sumber : Data Diolah Penulis, 2022*

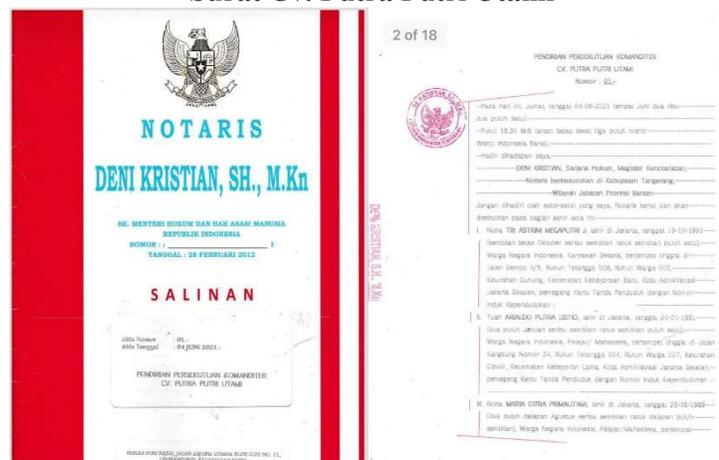
## G. Jenis / Badan Usaha

Jenis badan usaha dari Toothless Burger yang telah berdiri adalah *Comanditaire Venotschap (CV)*. CV merupakan suatu perseroan yang dibentuk oleh satu atau lebih orang. CV dapat dikatakan sangat cocok untuk usaha menengah, karena dalam pembentukannya dapat dikatakan lebih mudah dari pada membuat sebuah PT. CV sendiri memudahkan pembentuk usaha dalam fleksibilitas dan pengelolaan manajemen usaha. Oleh karena itu, pendiri usaha Toothless Burger memilih CV sebagai jenis badan usaha yang digunakan.

## H. Aspek Legalitas

Bentuk legalitas dalam sebuah usaha didasarkan oleh badan hukum yang digunakan oleh usaha yang di bangun. Aspek legalitas menjadi penentu sah atau tidaknya sebuah usaha dalam mata hukum. Dalam aspek legalitas ini, *Toothless Burger* sudah Berbadan hukum CV. Berikut lampiran surat Pendirian Persekutuan Komanditer CV. Putra Putri Utami :

**Gambar 8**  
**Surat Cv. Putra Putri Utami**



Sumber : Data Diolah Penulis, 2018