

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui sektor pariwisata adalah sektor yang paling penting dan menguntungkan bagi negara, dengan adanya akomodasi sebagai salah satu penyumbang terbesarnya, dikarenakan sebagian besar akomodasi dikelola secara komersial sebagai contoh yaitu akomodasi hotel, seperti yang dikutip dari Keputusan Menteri Parpostel NO. KM 94/HK103/MPPT 1987 bahwa hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bagian untuk memberikan jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman, serta jasa lain bagi masyarakat umum untuk dikelola secara komersial.

Hotel menjual produk utamanya yaitu kamar, dengan berbagai variasi tipe kamar dan kategori lainnya. Untuk dapat menjual kamarnya, hotel harus memberikan kualitas kamar yang terbaik dengan memenuhi unsur kebersihan, kerapihan, kenyamanan, keamanan, hingga keindahan. Dalam memperhatikan kualitas kamar, selain berfokus pada apa saja fasilitas yang ada pada dikamar, tetapi juga berfokus pada *Bed*. *Bed* menjadi hal yang pertama kali tamu lihat saat memasuki kamar, saat tamu melihat *Bed*, maka akan terciptalah *First Impression* tergantung dari kualitas *Bed* tersebut. *First Impression* yang muncul dibenak tamu dapat berupa seberapa bersih *Bed* nya (apakah ada

kotoran/noda/rambut), seberapa nyaman dan aman *Bed* tersebut.

Berdasarkan penilaian dari *First Impression* tamu, maka untuk memenuhi unsur-unsur kualitas tersebut, semua bagian bed dimulai dari *Pillow, Duvet, Sheet, Bed Mattress Protector/Bed Pad, Bed Leg, Bed Mattress* hingga *Bed Board* haruslah dalam kondisi yang baik, bersih, rapih, nyaman, aman, hingga indah dipandang. Dalam mempertahankan kualitas kamar berdasarkan unsur-unsur tersebut, hotel harus terus berpikir lebih maju dan preventif terhadap apa yang akan terjadi kedepannya yang akan mempengaruhi kualitas tersebut.

Dalam hal tindakan preventif, sebagai contoh yaitu pada *Bed*, masalah yang biasa terjadi pada *bed* adalah kotor, terdapat tungau dan *bed bugs*, keringat, noda datang bulan, ompol atau urin, hingga ketumpahan air dikarenakan tamu biasanya melakukan *Breakfast/Dinner in Bed* yang mana makanan dan minuman akan dimakan diatas kasur, sehingga peluang untuk ketupahan air ataupun makanan menjadi besar apalagi jika tamu yang menginap tersebut adalah *Family Guest* yang mayoritas membawa anak-anak nya untuk menginap, maka kemungkinan untuk tamu yang melakukan *Breakfast/Dinner in Bed* dengan anak-anaknya untuk tidak sengaja menumpahkan air atau makanan ke kasur akan besar. Dikarenakan, seperti yang kita ketahui, anak-anak (terutama anak yang usianya memasuki 2 tahun) akan mengalami fase *Terrible Two* yang mana anak belum bisa mengontrol diri seperti melepar barang dan menendang, hal tersebut berpengaruh terhadap kasur, yaitu anak mungkin secara tidak

sengaja (saat sedang tidak terkontrol) menumpahkan makanan ataupun minuman kekasur, selain itu juga tamu-tamu wanita yang sedang dalam masa Menstruasi, seringkali mereka meninggalkan noda darah di *Bed* yang mana darah tersebut menembus dari *Sheet* hingga ke bagian *Bed Pad*. Maka dari itu, berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, dalam *Business Model Canvas* ini Penulis memiliki ide untuk mengembangkan bisnis yang dapat mendukung hotel untuk berpikir lebih maju dan lebih preventif dalam menangani permasalahan tersebut. Penulis akan menciptakan produk dari salah satu bagian dari *Bed* yaitu *Bed Mattress Protector/Bed Pad*.

Bed Mattress Protector/Bed Pad adalah bagian dari *Bed* yang berfungsi untuk melindungi *Bed Mattress* dari kotoran, debu, keringat, tungau/*Bed Bugs*, hingga melindungi dari tumpahan air dan sebagainya. Dalam pembuatan produk *Bed Mattress Protector*, Penulis akan lebih menonjolkan “Anti Air” atau “*Waterproof*” sebagai fungsi/keunggulan utamanya. *Waterproof* secara definisi adalah mampu menahan air atau cairan, *Waterproof* merupakan tingkat ketahanan air yang diukur dengan satuan IP (*Ingress Protection*). Cara bekerja IP dalam mengukur, terdapat dua digit sebagai indikator, digit pertama sebagai indikator yang menjelaskan ketahanan terhadap benda padat atau Solid, sementara digit kedua mengindikasikan ketahanan produk terhadap benda cair atau Liquid. Masing-masing digit memiliki *Range* angka yang berbeda tergantung dari objek Solid/Liquidnya.

Berdasarkan *Range Ingress Protection*, maka Produk penulis

termasuk kedalam *Range* IP (52, 53, 54, 55) dan (62, 63, 64, 65), yang mana digit pertama dengan angka 5 yaitu tahan terhadap Solid beberapa partikel debu serta dengan angka 6 tahan terhadap partikel debu yang banyak atau bisa dibilang ketahanan terhadap debu sangat tinggi hingga kedap. Untuk digit ke dua, produk Penulis memiliki ketahanan terhadap air, baik tetesan air, air yang disemprot dari berbagai arah dan dengan tekanan yang rendah. Dengan *Range Ingress Protection* tersebut, Penulis yakin bahwa produknya layak untuk dipasarkan dan layak untuk menggantikan *Bed Mattress Protector* versi lama yang mana kualifikasi dan kualitasnya (terutama fungsi *Waterproof*) tidak sebaik *Bed Mattress Protector* versi baru yang Penulis buat. Berdasarkan *Research* yang Penulis lakukan untuk mengetahui bahan kain produk *Bed Mattress Protector* versi lama dan versi baru dari Kompetitor, yaitu pada versi lama, bahan kain yang digunakan adalah berjenis Polymicro (80% Nylon & 20% Polyester) sebagai *Topper* atau lapisan teratas, lalu ada bahan Microfiber/Microgel *Ghoose Feel* yaitu bulu angsa sintetis sebagai bahan isian yang biasa disebut dengan Dakron, yang fungsinya adalah untuk membuat *Bed Mattress* lebih lembut (*Soft/Tender*). Setelah itu, dalam hal desain, pada versi lama hanya berbentuk alas (*Topper*) saja, dilengkapi dengan tali karet disetiap sudut *Bed Mattress*. Berdasarkan dari kualifikasi dan kualitas *Bed Mattress Protector* versi lama yang Penulis sudah sebutkan diatas, hal tersebut masih belum bisa melindungi *Bed Mattress* secara lebih baik dari permasalahan utama yaitu tumpahan air, dikarenakan lapisan *Topper* tidak terlalu kuat untuk

menahan air, dan secara desainpun, pada versi lama tidak bisa melindungi sisi-sisi samping pada Bed Mattress terhadap kotoran, debu, tungau/Bed Bugs hingga permasalahan utamanya yaitu dalam menahan air. Sedangkan dalam Bed Mattress Protector versi baru, bahan kain yang digunakan adalah Cotton Terry sebagai bahan teratas (*Grade A*) yang biasa digunakan sebagai lapisan teratas/Topper. Lalu pada lapisan samping sisi-sisi Bed yaitu berbahan Polyester, kemudian untuk bahan penahan airnya atau dilapisan kedua yaitu berbahan parasut yang sangat baik dalam menahan air. Serta dalam hal desain, *Bed Mattress Protector* versi baru memiliki desain “*Fitted Sheet*” yaitu bahan kain menutupi hampir seluruh bagian Bed Mattress, melindungi sisi permukaan (*Surface*) dan pada sisi-sisi samping.

Dengan keunggulan kualifikasi dan kualitas *Bed Mattress Protector* versi baru yang penulis buat, membuat penulis yakin bahwa produk tersebut akan diminati oleh hotel. Selain itu, Penulis memiliki alasan dalam menciptakan bisnis ini, yaitu untuk membantu hotel dalam *Minimize Maintenance Bed Mattress* dari kerusakan yang cepat. *Bed Pad* versi lama memiliki masa pemakaian 6-10 tahun, dengan pemeliharaan pencucian dan pengeringan di laundry. Untuk pemeliharaan *Bed Mattress Protector* yang penulis ciptakan hampir sama dengan cara pencucian *Bed Pad* pada umumnya, yaitu dicuci dimesin cuci dengan menggunakan air suhu normal, lalu untuk proses pengeringannya akan lebih cepat daripada *Bed Pad* biasa yang mana memakan waktu lebih lama dikarenakan terdapat dakron, sedangkan *Bed*

Mattress Protector yang penulis ciptakan akan lebih cepat kering dikarenakan tidak ada bahan dakron, lalu, selain itu, untuk proses *Ironing*, suhu tidak boleh terlalu panas, maka dari itu proses-proses tersebut cukup untuk *Minimize Cost Hotel* dalam hal pemeliharaan khususnya di *department laundry*.

B. Gambaran Umum Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

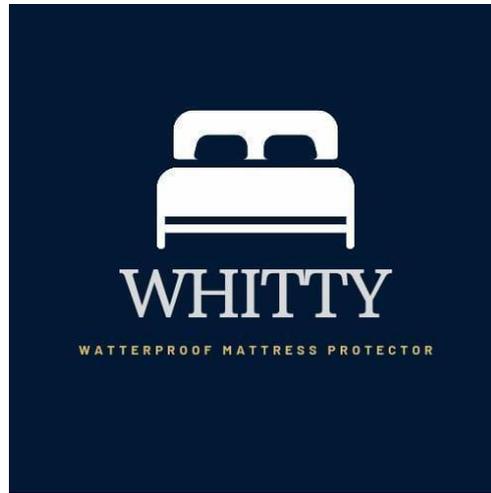
Whitty adalah bisnis yang memproduksi *Room Supplies* linen berjenis *Bed Mattress Protector/Bed Pad*. Produk yang Penulis buat akan lebih menonjolkan fungsi yang utamanya yaitu *Waterproof*. Penulis berencana untuk memproduksi produk tersebut kepada target pasar hotel-hotel berbintang 2, 3, 4, dan 5 di daerah Kota Tangerang, dan seiring berjalannya tahun, Penulis akan memperluas Target Pasar hingga ke hotel-hotel 2, 3, 4, dan 5 di daerah Kota Tangerang Selatan, Kota Cilegon, hingga Kota Serang, serta memperluas ke masyarakat umum dengan menjualnya di outlet toko khusus *bed* dan *rooms linen*. Alasan penulis memilih daerah tersebut sebagai target yang paling awal dikarenakan belum banyaknya hotel-hotel yang menggunakan *Bed Mattress Protector* jenis terbaru ini, maka dari itu, penulis melihat akan ada awal peluang yang bagus untuk lebih memperkenalkan/mem-popular-kan Produk Whitty dari *range* bintang tersebut. Untuk merencanakan strategi pemasaran, Penulis akan merancang semuanya berdasarkan data mengenai hotel bintang 2, 3, 4 dan 5 (Area, jumlah hotel, jumlah kamar, jenis bed).

Berdasarkan data dari tangerangkota.bps.go.id, untuk ditahun 2018, jumlah hotel berbintang secara keseluruhan Range bintang di daerah Kota Tangerang, Cilegon, dan Serang adalah 38 hotel, lalu penulis mengelompokkan lagi yang mana hotel- hotel bintang 2, 3, 4 dan 5 yang dinaungi oleh *chain* lokal ataupun *independent*. Terdapat sejumlah 23 hotel berbintang 2 atau Melati, 9 hotel berbintang 3, sebanyak 5 hotel berbintang 4, serta sebanyak 2 hotel berbintang 5 dengan jumlah kamar pada ketiga Range bintang tersebut seluruhnya terdapat 5970 kamar. Hotel-hotel tersebut rata-rata memiliki jenis kamar mulai dari *Superior*, *Deluxe*, sampai *Suite Room*, dengan pemakaian jenis *Bed* nya yaitu *Single*, *Double*, *Queen* dan *King*. Berdasarkan data-data tersebut, Penulis akan memulai memproduksi *Bed Mattress Protector* berjenis *Single*, *Queen*, dan *King*. Lalu Whitty akan menjual produknya sebanyak 100 pcs di toko yang menjual *Bed & Linen* di ketiga kota besar tersebut

- **Deskripsi Logo dan Nama**

Whitty adalah nama *Brand* yang penulis pilih yang berarti dan bermakna putih bersih, kesucian, kemurnian, dan langkah awal yang terang. Huruf **W** dari Whitty memiliki karakter dan representasi dari *Waterproof* yang mana itu adalah poin utama keunggulan pada produk yang penulis ciptakan. Whitty pun terkesan *Catchy* yaitu mudah untuk diucapkan dan didengar. Dalam logo yang penulis buat, logo tersebut memiliki *Background* berwarna *Navy* atau biru tua yang mana secara psikologis menciptakan *Ambience* yang tenang sehingga kualitas tidur menjadi bagus dan nyenyak. Lalu terdapat tulisan nama

Brand Penulis yaitu Whitty, serta dibawahnya keterangan bahwa produk ini adalah *Waterproof Mattress Protector*.



Gambar 1 : Logo Usaha

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

- **Identitas Bisnis**

Whitty berlokasi di Multigudang Bitung, Jl. Manis II, Curug, Tangerang, Banten, lokasi tersebut dipilih karena berada di kawasan pergudangan industri, selain itu juga sangat strategis berada didekat jalan raya besar dan jalan Tol Jakarta-Merak yang mana memudahkan aksesibilitas dan mobilitas. Tempat yang Whitty pilih adalah bangunan berjenis gudang atau *Warehouse* dengan memiliki spesifikasi bangunan LT (Lebar Tanah) 243 m², LB (Lebar Bangunan) 135 m², memiliki satu lantai terdiri dari satu ruang kantor penerimaan (Resepsionis), satu kamar mandi, dan di ruangan belakang terdapat area khusus produksi yang terhubung dengan pintu garasi untuk mempermudah pendistribusian.

Bangunan tersebut memakan biaya Rp. 50.000.000,- per satu tahun , selain itu memiliki 5500W yang mana mampu memadai kegiatan operasional .



Gambar 2 : Tempat Usaha (Warehouse)

Sumber:

<https://www.rumah123.com/properti/tangerang/war3158175/>



Gambar 3 : Lokasi Usaha

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

C. Visi dan Misi

- **Visi**

Menjadi Produsen *Waterproof Bed Mattress Protector* berkualitas terbaik di Indonesia, menjadi yang pertama dan No.1 sebagai produsen *Waterproof Bed Mattress Protector* khusus hotel berbintang 2, 3, 4 dan 5 seluruh kota di Provinsi Banten.

- **Misi**

- a. Memberikan kualitas terbaik dari segi bahan yang *Waterproof* , halus, lembut, hingga anti tungau dan *bed bugs*.
- b. Memproduksi dan memperluas target pasar ke seluruh hotel bintang 2, 3, 4, dan 5 pada kota Tangerang,

Serang, dan Cilegon, serta mendirikan Outlet Whitty Khusus Masyarakat (Konsumen non Hotel) di seluruh kota di Provinsi Banten.

- c. Memimpin *Trend* dan menggantikan jenis *Bed Mattress Protector* yang lama (yang saat ini biasa hotel gunakan).

D. SWOT Analysis

Dalam menganalisa keberhasilan suatu perusahaan, dibutuhkan strategi yang tepat dalam mencapai keberhasilan tersebut baik menganalisa dari faktor internal maupun faktor eksternal, kegiatan menganalisa tersebut dinamakan Analisis SWOT. Menurut Galavan (2014), analisis **SWOT** (**S**trength, **W**eakness, **O**pportunity, dan **T**hreat) yaitu analisis untuk mendapatkan strategi yang berguna atau efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu, Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*) yang didapatkan melalui analisis dalam perusahaan atau internal, kemudian Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) dipakai untuk mengetahui lingkungan luar atau eksternal. Berikut Analisa SWOT dari Whitty Protektor Matras Penahan Air :

- *Strength* (Kekuatan)
 - a. Memiliki ketahanan air (*Waterproof*) yang sangat baik.
 - b. Melindungi *Bed Mattress* dari kotoran, debu, tungau dan *Bed Bugs*.
 - c. Memiliki desain yang berbeda dari desain *Bed Pad* pada

umumnya (hanya berupa alas, dan tidak menutupi sisi samping), yaitu berdesain “*Fitted Sheet*” yang menutupi *Surface* (Permukaan) dan sisi-sisi samping *Bed Mattress*.

d. Memiliki warna yang sama dengan *Sheet* yaitu putih bersih yang terkesan elegan dan *Classy*.

- *Weakness* (Kelemahan)

a. Tidak memiliki bahan Dakron yang bersifat lembut yang bervolume yang mana membuat *Bed Mattress* tidak terasa keras.

b. Harus lebih detail dalam pemeliharaan produk tersebut yaitu memperhatikan suhu saat melakukan pencucian, pengeringan, dan penyetrikaannya (*Ironing*).

c. Cakupan wilayah yang masih terbatas yaitu hanya wilayah Kota Tangerang saja.

- *Opportunity* (Peluang)

Peluang yang Penulis lihat berdasarkan survey yang dilakukan dengan mewawancarai seorang *Executive Housekeeper* Hotel Atria Gading Serpong, bahwa *Waterproof Bed Mattress Protector* ini memiliki peluang yang bagus untuk lebih dikenalkan kepada hotel-hotel. Hotel Atria yang berbintang 4 pun sudah memakai *Waterproof Bed Mattress*

Protector sebagai pengganti *Bed Pad* versi lama. Dikarenakan permasalahan-permasalahan pada *Bed Mattress* yang sudah Penulis jelaskan pada halaman Latar Belakang, Produk yang penulis buat ini sangat bisa menjadi solusi dan tentunya dapat memulai *Trend* untuk lebih mengenalkan lagi produk *Waterproof Bed Mattress Protector* terutama dari *Range* hotel berbintang 2, 3, 4, dan 5. Kemudian, jika dilihat logaritma pangsa pasar masyarakat biasa, Penulis mendapatkan hasil survey dari masyarakat (Konsumen Non Hotel) menyatakan bahwa sebagian persentase menunjukkan minat yang tinggi untuk membeli produk Protektor Matras Penahan Air ini. Selain itu, Penulis telah melakukan *Research* bahwa dalam hal kompetitor, Produsen Produk yang sejenis belum terlalu banyak dibangun di daerah Tangerang (daerah yang dipilih Penulis untuk membangun Rumah Produksi).

- *Threat* (Ancaman)

Dalam hal Ancaman, Penulis sudah melakukan *Research* dan survey kepada para Kompetitor usaha sejenis. Penulis menemukan bahwa Produsen *Waterproof Bed Mattress Protector* rata-rata banyak mendirikan usahanya di daerah Jakarta, sedangkan penulis melihat usaha sejenis yang khususnya produsen khusus untuk hotel belum banyak didirikan di daerah yang Penulis Targetkan untuk mendirikan

rumah produksinya yaitu didaerah Tangerang. Akan tetapi, untuk Produsen yang target pasarnya masyarakat (non hotel) sudah banyak penulis temukan di Toko *Online*, dengan berbagai merek, jenis bahan kain, serta harga. Dikarenakan Penulis juga akan memperluas pangsa pasar ke ranah Masyarakat (Konsumen Non Hotel) maka hal tersebut juga menjadi ancaman bagi penulis untuk mendirikan Outlet sendiri ditempat (*on the spot*) dikarenakan dizaman sekarang ini masyarakat tentunya lebih melihat dan memesan produk secara online di *e-commerce*.

E. Spesifikasi Produk

Whitty Waterproof Mattress Protector bahan kain yang digunakan adalah Cotton Terry sebagai bahan teratas (*Grade A*) yang biasa digunakan sebagai lapisan teratas/*Topper*. Cotton Terry memberikan kenyamanan dengan teksturnya yang lembut, halus, dan tidak panas. Lalu pada lapisan samping sisi-sisi Bed yaitu berbahan Polyester, kemudian untuk bahan penahan airnya atau dilapisan kedua yaitu berbahan parasut yang sangat baik dalam menahan air, meskipun parasut, tidak akan menimbulkan suara gesekan yang mengganggu. Kemudian, dalam hal desain, Bed Mattress Protector versi baru memiliki desain "*Fitted Sheet*" yaitu bahan kain menutupi hampir seluruh bagian Bed Mattress, melindungi sisi permukaan (*Surface*) dan pada sisi-sisi samping, serta pada ujung sudut-sudut terdapat karet yang dijahit dengan teknik obras. Produk ini akan penulis

kelompokkan berdasarkan ukuran *Bed*, yaitu ukuran *Single* (120 cm x 200 cm x 20 cm), *Queen* (160 cm x 200 cm x 20 cm), dan *King* (180 cm x 200 cm x 30 cm), untuk ukuran tinggi kasur berbeda-beda tiap hotel, maka Penulis juga akan memproduksi sesuai *Request* ukuran dari hotel yang memesan. Untuk masa pemakaian dapat bertahan hingga 10 tahun lebih dengan perawatan/pemeliharaan yang teliti, baik, dan benar, yaitu dicuci seperti biasa pada mesin cuci, lalu dikeringkan dan dalam proses Ironing, perlu diperhatikan agar suhunya tidak terlalu panas.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis/Badan usaha yang akan Penulis pilih adalah CV (*Commanditaire Vennotschaap*) yaitu badan usaha yang terdiri dari dua orang atau lebih yang kemudian mempercayakan modal yang dimiliki kepada dua orang atau lebih. Hal itu dilakukan untuk menjalankan perusahaan tersebut sekaligus dipercaya untuk memimpin perusahaan. Tujuannya agar tercapainya cita-cita bersama dengan tingkat keterlibatan masing-masing anggotanya berbeda. Oleh karena itu, di dalam CV terdapat dua sekutu yang berbeda, terdiri dari sekutu komanditer (sekutu pasif) memiliki tanggung jawab untuk memberikan modal CV kepada sekutu komplementer (sekutu aktif) yang bertanggung jawab untuk menjalankan kegiatan CV. Dalam Bisnis ini, Penulis berencana akan mendirikan CV bersama dengan salah satu anggota keluarga (paman) bernama Pak Mulyadi yang mana seorang pebisnis *Supplier* sayur dan buah khusus untuk hotel dan *Supermarket*

besar yang biasa terdapat di *Mall*, Pak Mulyadi pun sudah memiliki badan usaha nya sendiri yaitu PT. Boga Alam Indah dan PT. Mulia Arta. Penulis melihat peluang yang bagus apabila Pak Mulyadi lebih melebarkan sayap bisnisnya diranah *Room Supplies Linen* yaitu *Bed Pad* bersama dengan Penulis, dengan peran Pak Mulyadi sebagai Sekutu Komanditer yang menanam modal sebanyak 80% dan Penulis sebagai Sekutu Komplementer yang menjalankan perusahaan akan tetapi tetap ikut menanamkan modal sebanyak 20%. Untuk pembagian hasil keuntungan tentunya disesuaikan berdasarkan seberapa banyak % penanaman modal dari tiap orang. Alasan Penulis memilih CV sebagai badan usaha yaitu proses pendirian badan usaha yang relatif mudah, tidak seperti perseroan terbatas (PT), lebih mudah untuk mendapatkan bantuan modal dari eksternal baik dari investor, perbankan, atau koperasi, selain itu karena adanya legalitas dari hukum, CV mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dibanding tidak berbadan usaha, serta CV memiliki kemampuan manajemen yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang tidak berbadan usaha.

G. Aspek Legalitas

Dikarenakan Penulis akan mendirikan badan usaha berjenis CV, maka Legalitas untuk membangun CV terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (“KUHD”), akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, ketentuan yang berkaitan dengan pendirian CV telah mengalami banyak perubahan, salah satunya melalui

Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor 17 Tahun 2018. Tentang Pendaftaran Persekutuan Komanditer, Persekutuan Firma, dan Persekutuan Perdata (“Permenkumham 17/2018”). Selain itu, berlakunya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (“UUCK”) dan peraturan pelaksanaannya turut berpengaruh terhadap prosedur dan syarat mendirikan CV. Menurut Easybiz.id, berikut proses pendirian CV dengan aturan terbaru tersebut :

- Pendaftaran

Pendaftaran CV, Firma, dan Persekutuan Perdata meliputi pendaftaran akta pendirian, pendaftaran perubahan anggaran dasar, dan pendaftaran perubahan. Untuk pendaftaran pendirian, harus diawali dengan pengajuan nama CV, Firma, dan Persekutuan Perdata. Permohonan pendaftaran pendirian diajukan oleh pemohon kepada menteri melalui Sistem Administrasi Badan Usaha (SABU).

- Pemakaian Nama CV, Firma, dan Persekutuan Perdata

Pasal 5 Permenkumham 17/2018 menyebutkan bahwa pengajuan nama CV, Firma, dan Persekutuan Perdata diajukan kepada Menteri melalui SABU. Salah satu syarat pengajuan namanya adalah belum dipakai secara sah oleh CV, Firma, dan Persekutuan Perdata lain dalam sistem SABU.

- Ketentuan peralihan

Permenkumham 17/2018 berlaku sejak diundangkan pada tanggal 1 Agustus 2018.

Dalam jangka waktu 1 tahun sejak diundangkan, CV, Firma, dan persekutuan perdata yang telah melakukan pendaftaran ke pengadilan negeri wajib melakukan pencatatan pendaftaran sesuai peraturan ini. Pencatatan pendaftaran ini diperbolehkan untuk menggunakan nama yang sudah dipakai secara sah oleh CV, Firma, dan Persekutuan Perdata yang sudah terdaftar di SAB