

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, bisnis makanan dan minuman pun semakin berkembang pesat, sesuai dengan pernyataan dari Bapak Djoko dalam KONTAN.CO.ID sebagai Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) - Jakarta bahwa pada tahun 2019, tawaran waralaba atau kerja sama dalam bidang usaha banyak bertumbuh dari sektor makanan dan minuman (*Food & Beverage*), terutama untuk kedai kopi. Tak hanya kopi, minuman kekinian lainnya seperti *thai tea*, boba, dan *cheese tea* pun tak kalah melejit pada tahun 2019. Di zaman modern ini, banyak dijumpai tempat hiburan malam yang memiliki daya tarik tersendiri. Merujuk dari Badan Pusat Statistik, konsumsi alkohol oleh penduduk di Indonesia tahun dalam satu tahun terakhir, yaitu tahun 2021 masih mencapai angka 36% baik di perkotaan maupun di pedesaan. Dengan masih tingginya angka pengonsumsi alkohol di Indonesia, maka tidak heran jika semakin banyak tempat hiburan malam yang bermunculan karena tingginya permintaan pasar, dan kini kebutuhan untuk mengonsumsi alkohol sudah dijadikan sebagai gaya hidup baru (tren) masa kini.

Peraturan Walikota Bekasi no 32 tahun 2017 pasal 17 mengenai Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan Dan Rekreasi menjadi pendukung bahwa bisnis bar di Cikarang Selatan dapat dioperasikan dan dijalankan sesuai hukum dan aturan yang tertera. Kebijakan dalam pembukaan tempat hiburan malam yang dimana mengacu pada Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 42/2021

yang di dalamnya ikut mengatur soal pemberian izin pembukaan tempat hiburan malam. Dengan hal tersebut terdapat semacam lisensi untuk melakukan kegiatan hiburan di wilayah Bekasi. Dengan adanya tempat hiburan malam, maka pertumbuhan laju ekonomi di daerah Bekasi tetap berjalan, guna mencapai target pendapatan daerah yang sudah ditetapkan bisa segera terealisasi, sehingga laju pertumbuhan ekonomi daerah juga terlaksana. Dukungan lain yang didapatkan dari riset dengan metode kualitatif yaitu menyebarkan kuisisioner yang telah mendapatkan 36 responden, dengan hasil survey pada Tabel di bawah ini:

No	Pernyataan	Keterangan
1	Usia	Usia 20 - 25 Tahun = 50% Usia 25 - 30 Tahun = 38,9% Usia 30 lebih = 11,1%
2	Jenis Kelamin	Laki - Laki = 69,4% Perempuan = 30,6%
3	Jenis Pekerjaan	Mahasiswa = 33,4% Wiraswasta = 33,4% Swasta = 16,7% Dosen = 5,6% Arsitek = 2,8% IRT = 2,8% Freelance = 2,8% Wirausaha = 2,8%
4	Domisili Tinggal	Cikarang Selatan = 63,9% Bekasi = 11,1% Lainnya = 25%
5	Pendapatan/Bulan	1 jt - 3 jt = 27,8% 3 jt - 5 jt = 16,7% 5 jt - 8 jt = 38,9% 8 jt lebih = 16,7 %
6	Adanya kebutuhan tempat hiburan malam baru di Cikarang Selatan	Ya = 100% Tidak = 0%

7	Adanya kebutuhan Bar dengan konsep baru di Cikarang Selatan	Ya = 100% Tidak = 0%
---	---	-------------------------

Sumber : Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan data BPS Kota Bekasi tahun 2018 pun menunjukkan, jumlah penduduk Cikarang Selatan berjumlah 281.880 jiwa. Dengan sebanyak 86.649 jiwa merupakan mahasiswa dan pekerja dengan rentang usia 20 - 29 tahun. Cikarang merupakan kawasan industri terbesar se-Asia Tenggara, dimana lingkungan nya dipenuhi oleh para pekerja, selain kawasan industri juga lokasi ini terdapat beberapa sekolah. Dari banyaknya industri yang tersebar di wilayah Cikarang, dan karena kegiatan industri itu sendiri yang paling menonjolkan wilayah tersebut maka Cikarang dapat menjadi penggerak dalam industri nasional. Bahkan, di wilayah Cikarang banyak perusahaan berkembang yang berasal dari luar negeri seperti, Jepang, Korea, Cina, Malaysia, Singapura, Inggris, Jerman, Taiwan maupun Negara Timur Tengah. Direktur Indonesia Property Research Center, Dimas Putra mengatakan bahwa “lebih dari 30 persen investasi asing yang masuk ke Indonesia ditanamkan di Jakarta Timur dan kawasan Cikarang dan telah berkontribusi terhadap ekspor Indonesia sebesar 40 persen. Selain itu, wilayah Cikarang berpotensi menjadi penggerak industri nasional karena miliki area yang strategis”.

Cikarang Selatan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Bekasi yang tergolong sebagai salah satu wilayah yang cepat perkembangannya, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya perusahaan industri yang berskala nasional dan internasional, seperti Delta Silicon, Jababeka II, Bekasi International Industrial Estate (Hyundai), dan EJIP (East Jakarta Industrial Park). Perkembangan perkotaan seperti Kota Deltamas, Jababeka dan Lippo Cikarang telah mengubah kawasan yang dulunya merupakan kawasan perbukitan tandus menjadi kawasan industri yang dipadukan dengan kawasan pemukiman. Saat ini, Cikarang juga dikenal sebagai Pusat Bisnis. Perkembangan kota mandiri ini juga membantu dan merangsang perkembangan wilayah di sekitarnya. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) bahwa saat ini, Lippo Cikarang Industrial Park memiliki sekitar 800 perusahaan. Banyaknya kawasan industri di Kabupaten Bekasi membuat Pemerintah Provinsi Jawa Barat berencana menjadikan Kabupaten Bekasi sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). Menteri Koordinator Maritim Luhut Binsar Pandjaitan sebagai koordinator pembentukan KEK Cikarang mengemukakan bahwa, “Sesuai arahan Presiden Jokowi, perlu adanya peningkatan investasi dan penciptaan lapangan kerja, kita sedang mengkaji agar kawasan Cikarang ini statusnya meningkat dari areal industri menjadi kawasan ekonomi khusus agar semua terintegrasi.”

Terdapat sekitar 3.000 - 5.000 warga Korea Selatan yang tinggal di kawasan tersebut, sementara jumlah pekerja industri Jepang di wilayah timur Jakarta diperkirakan 3.000 - 5.000. Dapat dikatakan jumlah pekerja asing di Cikarang pun makin meningkat sehingga keberadaan pekerja asing inilah yang mendorong pertumbuhan usaha bisnis komersial semakin pesat, tak cuma dari sisi kuantitas, tetapi juga kualitas. Dengan penatnya pekerjaan pekerja perlu untuk berkumpul dan bersantai juga menghibur diri. Dalam kondisi sekarang ini, para pekerja maupun kawula muda tidak hanya mengenal Café sebagai tempat berkumpul, tetapi juga mengenal dan memilih untuk mendatangi Bar sebagai tempat untuk berkumpul dan bercengkrama. Melihat dari wilayah Cikarang Selatan yang hanya memiliki bar dengan konsep yang terkesan monoton, sehingga dapat disimpulkan dengan memperhatikan kebutuhan dari target pasar, lingkungan dan kondisi yang mendukung menjadikan peluang yang baik untuk mendirikan usaha komersial yang memiliki konsep berbeda dan kekinian dapat membantu dalam meningkatkan pendapatan daerah setempat.

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia (Permenpar) Nomor 23 Tahun 2014, bagian Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 menyebutkan bahwa Usaha Bar adalah usaha yang menyediakan minuman beralkohol dan non - alkohol, di dalam 1 (satu) lokasi yang tetap dan tidak berpindah – pindah. Dan menurut Firda Rachma, dkk (2023:50) Bar adalah tempat umum yang biasanya menyajikan minuman beralkohol dan juga makanan ringan untuk dinikmati oleh pelanggan. Bar dapat ditemukan di berbagai lokasi seperti di dalam hotel, restoran, mal, atau di lokasi-lokasi tertentu seperti di klub malam atau di tepi pantai. Dari pengertian tentang bar tersebut, penulis menyimpulkan bahwa

bar merupakan tempat yang menyediakan minuman beralkohol maupun non alkohol baik yang berdiri sendiri ataupun yang berada di dalam hotel.

Seiring berkembangnya zaman, pengunjung bar tidak hanya kaum laki - laki, tetapi juga perempuan dengan tujuan yang sama yaitu menikmati minuman beralkohol maupun non alkohol. Di zaman modern ini bar banyak diminati baik dari kalangan menengah ke bawah sampai menengah keatas, karena memiliki daya tarik yang tinggi dengan keunggulan berkonsep hiburan dan relaksasi, sehingga pangsa pasar yang dimiliki pun sangat luas. Bar identik dengan suasana yang ramai dengan alunan musik yang menggerakkan tubuh untuk menari, tetapi banyak kaum wanita merasa tidak nyaman untuk mendatangi bar karena suasana nya yang terlalu ramai.

Dalam perencanaan bisnis ini pun mengacu pada teori pengembangan Bisnis Model Canvas (BMC). BMC merupakan singkatan dari *Business Model Canvas* adalah sebuah alat bantu strategi yang dapat digunakan untuk menggambarkan sebuah organisasi dapat menciptakan, memberikan dan menangkap nilai, serta sebagai dasar untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis yang akan dibentuk, sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2012:15). Dari penjelasan tersebut dapat diartikan BMC adalah salah satu alat untuk membantu dalam melihat keakuratan usaha atau bisnis yang akan dijalankan.

Business Model Canvas (BMC) ini memiliki tujuan yaitu untuk membantu dalam merancang perencanaan sebuah bisnis usaha yang suatu usaha yang fokus nya untuk menetapkan poin penting dalam aktivitas, sumber daya, pendapatan, hubungan dengan pihak terkait, pendapatan sampai dengan

pengeluaran yang akan ditetapkan.

Berdasarkan paparan di atas dengan memperhatikan kebutuhan dari target pasar, lingkungan dan kondisi yang mendukung menjadikan peluang yang baik, sehingga saya tertarik untuk membuat sebuah usaha bisnis komersial dalam bidang makanan dan minuman dengan judul **“Perencanaan Bisnis Bar Cleo di Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Menurut Dyah Gandasari (2022:126) deskripsi bisnis adalah aspek dari rencana bisnis yang menggabungkan detail utama perusahaan, seperti apa yang dilakukan dan apa yang membuat bisnis tersebut menjadi unik. Deskripsi bisnis harus menjelaskan secara singkat tentang bagaimana bisnis tersebut beroperasi, bersama dengan potensi produk dan kemampuannya untuk bertahan dan berkembang di masa depan. Bar Cleo merupakan usaha di bidang makanan dan minuman khususnya bar yang penulis rencanakan dengan fokus penjualan kepada minuman beralkohol atau cocktail. Selain itu, Bar Cleo juga berfokus kepada konsep bar & *chamber semi outdoor* dengan nuansa *modern* sebagai *design*, dilengkapi oleh *dance floor* dan musik. Bar Cleo menargetkan para pekerja profesional baik pekerja domestik maupun pekerja asing dan kawula muda sebagai konsumen, dengan dukungan kawasan Cikarang Selatan sebagai kawasan industri sehingga pekerja asing pun tergolong sebagai salah satu target pasar dari Bar Cleo sendiri. Konsep *sharing cocktail* menjadi sebagai salah satu unggulan dan pembeda dari bar - bar pesaing yang ada di wilayah Cikarang

Selatan yang notabennya sebagai tempat karaoke night dan rooftop bar.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Kotler (2002:63), American Marketing Association (AMA) menyatakan bahwa merek dagang (trademark) adalah nama, tanda, istilah, desain atau simbol, atau campurannya, yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa secara akurat. disediakan oleh pihak individu atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari produk lain. Berdasarkan teori tersebut, penulis memutuskan untuk memberikan nama dari bisnis usaha Bar ini adalah Bar Cleo. Alasan penulis mengambil kata “Cleo” untuk penamaan usaha ini adalah, karena konsep Bar yang akan dipimpin oleh seorang ratu bernama Cleopatra, sehingga bisnis usaha ini diharapkan didominasi oleh wanita yang sejauh ini merasa kurang nyaman untuk mengunjungi Bar, karena suasana nya yang terkenal gelap dan ramai. Dengan penyesuaian konsep Bar yang terkesan sebagai tempat hiburan malam, penulis memiliki *tagline* “*Dine, Dance & Party*”, diharapkan *tagline* tersebut sebagai acuan untuk memberikan ekspektasi kepuasan kepada para pengunjung.

Menurut Anggraeni (2006:2) menyatakan bahwa logo sebagai alat pemasaran dan tanda pengenal, yang dirancang sebagai simbol khusus untuk merek perusahaan atau merek tertentu. Bentuk logo bisa berupa lambang, gambar, huruf khusus, atau untaian kata, membentuk sebuah nama yang ditulis dengan cara tertentu. Berdasarkan teori diatas, desain logo yang dipakai untuk Bar Cleo sebagai berikut:

Gambar 1
Logo Bar Cleo



Sumber : Olahan Penulis, 2022

Desain logo Bar Cleo berbentuk oval yang melambangkan pertahanan, bahkan dapat mempunyai arti kesempurnaan didukung dengan bentuk silhouette lingkaran pada atas logo. Tongkat yang tersambung pada tulisan “Cleo” menggambarkan kekuasaan untuk menjadikan Bar Cleo sebagai *trendness* bar di wilayah Cikarang Selatan. Selain itu, penggunaan ilustrasi wanita memakai mahkota kucing, mendukung konsep maupun identitas nama dari Bar Cleo sendiri. Dimana nama Cleo diambil dari penggalan kata Cleopatra, dan kepala kucing yang dianggap suci bagi masyarakat mesir kuno.

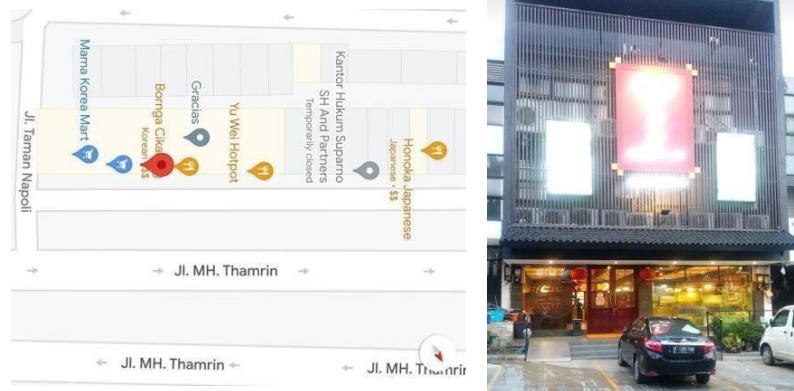
Logo Bar Cleo memakai 3 warna yaitu biru *navy* sebagai latar, putih dan *orange*. Warna - warna tersebut memiliki arti dan kekuatan tersendiri. Warna biru navy melambangkan arti laut yang memiliki arti kebebasan bagi setiap pengunjung, warna putih yang digunakan pada logo mengartikan keterbukan dan sebagai awalan kesuksesan untuk Bar Cleo, sedangkan warna orange memiliki arti simbol petualangan dan pengalaman yang memuaskan yang dijanjikan oleh Bar Cleo, dimana tidak luput dari simbol bersosialisasi

dengan konsep *sharing cocktail* yang ditawarkan.

3. Identitas Bisnis

Perencanaan bisnis usaha Bar Cleo ini akan berlokasi di Kota Bekasi kecamatan Cikarang Selatan, yang tepatnya berada di Lippo Cikarang Ruko Robsons, Jl. MH. Thamrin, Cibatu, Cikarang Selatan, Kab. Bekasi, Jawa Barat 17530.

Gambar 2
Lokasi Bar Cleo



Sumber : Google Maps, 2022

C. Visi dan Misi

Ervina Maulida (2021:39) mengemukakan bahwa visi merupakan suatu pernyataan komprehensif tentang segala sesuatu yang diharapkan suatu organisasi pada masa yang akan datang dan dibuat sebagai pedoman atau arah tujuan jangka panjang organisasi atau juga sebagai pandangan jauh ke depan tentang ke arah mana sebuah perusahaan akan dibawa atau gambaran cita-cita apa yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Visi dari Bar Cleo adalah menjadi trendsetter tempat bersantai, bercengkrama, penyedia minuman beralkohol maupun tidak beralkohol dan makanan ringan (*snack*) sebagai pelengkap di Cikarang Selatan. Dengan misi

sebagai berikut :

1. Memberi kenyamanan untuk menikmati suasana, yang akan memberikan pengalaman baru dan mengesankan bagi para pengunjung dengan konsep bar & chamber semi *outdoor* dengan tema mesir modern.
2. Menyediakan *signature cocktail* berbahan dasar Arak Bali dengan citra rasa unik dan baru di Cikarang Selatan.
3. Menawarkan konsep *sharing cocktail* yang unik, efisien dan belum dijumpai di Cikarang Selatan.
4. Menyediakan fasilitas pendukung dengan alunan musik yang dapat dinikmati semua kalangan baik kaum laki - laki maupun perempuan.
5. Memberikan pelayanan yang ramah dan efektif.

D. SWOT Analysis

Rangkuti (2016:10) mengemukakan bahwa analisis SWOT adalah salah satu alat dalam perencanaan strategi yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman dalam bisnis usaha serta menggambarkan bagaimana ancaman dan peluang internal dipetakan ke kekuatan dan kelemahan internal. Dari teori tersebut suatu perencanaan usaha perlu menganalisis 4 faktor tersebut.

Maka analisis SWOT dari perencanaan usaha Bar Cleo sebagai berikut:

Tabel 1
SWOT Analysis Bar Cleo

	<p><u>STRENGTH</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Lokasi strategis dan nyaman, serta mudah diakses oleh penduduk sekitar maupun penduduk luar daerah. Berkonsep bar & chamber semi outdoor dengan suasana yang bertema mesir modern, dianggap berbeda, menarik dan kekinian dapat memberikan pengalaman baru dan mengesankan. Menawarkan tren baru konsep sharing cocktail yang menarik dan efisien di Cikarang Selatan Fasilitas dance floor yang dapat menyempurnakan alunan musik, dilengkapi dengan atraksi dari bartender professional yang dapat dinikmati oleh kaum pria maupun wanita. 	<p><u>WEAKNESS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Bar Cleo tidak dapat berintegrasi dengan penyedia layanan pesan antar (Gofood/Grabfood) karena akan menghilangkan citra rasa dan kualitas dari cocktail maupun mocktail itu sendiri, sehingga tidak dapat menjangkau pasar yg lebih luas. Tidak dapat dinikmati oleh semua kalangan, karena fokus dari produk Bar Cleo yaitu kepada minuman beralkohol, maka akan menjadi pertimbangan para pengunjung untuk datang.
<p><u>OPPORTUNITY</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Tidak adanya pesaing yang memiliki konsep yang sama atau sejenis menjadikan peluang Bar Cleo dapat menjadi usaha bisnis bar yang cocok di didirikan di wilayah Cikarang Selatan. Banyaknya para pekerja lokal maupun pekerja asing karena wilayah Cikarang Selatan sebagai kawasan industri, menjadikan peluang yang baik bagi Bar Cleo. 	<p><u>Analisa S/O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Memaksimalkan pelayanan dengan menjanjikan pengalaman baru dengan konsep dan design yang unik Memperkenalkan produk signature cocktail yang berbahan dasar Arak Bali dan inovasi konsep sharing cocktail yang unik dan efisien kepada customer lokal maupun asing ditengah kurangnya pesaing. 	<p><u>Analisa W/O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Dengan salah satu target pasar Bar Cleo yaitu para pekerja lokal dan asing, maka dipastikan para pekerja tersebut sudah memiliki umur legal dalam mengomsumsi minuman beralkohol.
<p><u>THREAT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Masyarakat di Indonesia masih menjunjung tinggi norma - norma agama, alkohol dan tempat hiburan malam masih menjadi pandangan negatif menjadi tantangan yang akan menjadi ancaman dari Bar Cleo. Peraturan tentang perjual belian alkohol masih cukup berat dan ketat di beberapa wilayah tertentu. 	<p><u>Analisa S/T</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Menaati aturan yang berlaku di wilayah Cikarang Selatan dalam operasional Bar Cleo. Dengan lokasi yang strategis dan sudah adanya peraturan daerah setempat yang memperbolehkan tempat hiburan malam beroperasi dapat menghindari ancaman tersebut. 	<p><u>Analisa W/T</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Mempunyai izin yang jelas dan aman dalam membangun dan mengoperasikan Bar Cleo

Sumber: Olahan Penulis, 2022

E. Spesifikasi Produk

Menurut Yudi Arimba (2019:65) spesifikasi didefinisikan sebagai deskripsi informasi terperinci suatu produk, yang ditulis dengan jelas untuk menghindari kesalahpahaman antara pembeli dan distributor. Dengan definisi tersebut, Bar Cleo merupakan suatu usaha komersial di bidang makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan berfokus kepada minuman beralkohol dan minuman non-alkohol, dengan *signature cocktail* menggunakan bahan dasar Arak Bali. Dengan penawaran *sharing cocktail* dengan komposisi yang berkualitas dari segi rasa maupun penampilan, menjadikan Bar Cleo lebih menarik dan efisien yang menjadi salah satu keunggulan Bar Cleo. Selain minuman beralkohol, Bar Cleo juga menawarkan minuman non alkohol atau mocktail, *juices* juga *softdrink* bagi pelanggan yang tidak mengkonsumsi alkohol dan makanan ringan yang menjadi pelengkap. Pada aspek jasa Bar Cleo menawarkan produk pelayanan dengan kualitas yang memuaskan, didukung dengan suasana *semi outdoor* dengan tema mesir modern dapat memberikan pengalaman yang baru dan mengesankan.

F. Jenis Badan Usaha

Keni Andewi (2020:1) badan usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Dalam perencanaan bisnis usaha diperlukannya kelegalan dan memiliki perlindungan hukum yang jelas, maka sebab itu penulis harus menentukan jenis badan usaha untuk memulai bisnis usahanya. Dengan melihat kekurangan dan kelebihan dari masing - masing jenis badan usaha diperlukannya penyesuaian badan usaha

apa yang dibutuhkan atau yang sesuai dengan bisnis usaha yang akan dijalankan. Bar Cleo merupakan bisnis usaha swasta, dikarenakan modalnya milik pihak swasta dan memiliki tujuan meraih keuntungan untuk mengoptimalkan dalam pembangunan usaha dan membuka lapangan kerja yang baru.

Bar Cleo akan dibentuk dengan badan usaha CV (*Comanditaire Venootschap*). Menurut Pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) ditetapkan bahwa CV adalah suatu perusahaan yang dalam menjalankan kegiatannya terdiri dari satu orang atau beberapa orang yang bertanggung jawab atas semua operasional kegiatan perusahaan tersebut dan satu orang atau lebih sebagai pemberi modal. Bar Cleo memilih CV sebagai badan usaha dikarenakan CV tidak memiliki batasan modal dalam pendirian usaha, dapat didirikan oleh 2 orang atau lebih, syarat pendiriannya lebih mudah dan juga mudah untuk melakukan kerjasama dengan lembaga - lembaga resmi lainnya.

G. Aspek Legalitas

Izin usaha adalah faktor yang sangat penting dalam menjalankan bisnis. Menurut Muh Yamin (2021:73) Legalitas adalah jaminan atau tanda jati diri terhadap sebuah usaha industri untuk bisa mendapatkan pengakuan dari masyarakat dan pemerintah. Legitimasi bisnis harus jelas dan sesuai berdasarkan peraturan perundang-undangan, dimana bisnis tersebut dilindungi atau ditutupi oleh berbagai dokumen hingga legal di mata pemerintah saat itu. Berikut ini beberapa hukum yang melandasi perencanaan bisnis Bar Cleo:

1. Peraturan Walikota Bekasi no 32 tahun 2017 pasal 17 mengenai Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan Dan Rekreasi.
2. Permendag No. 97 Tahun 2020 tentang Pengendalian dan Pengawasan Terhadap Pengadaan Bahan Baku Minuman Beralkohol.
3. Peraturan Presiden (PERPRES) Nomor 74 Tahun 2013. Pengendalian dan Pengawasan Minuman Beralkohol.
4. Peraturan Gubernur Bali Nomor 1 Tahun 2020 tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi Dan/Atau Destilasi Khas Bali.
5. Undang - Undang No 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
6. Undang Undang nomor 5 tahun 1960 Tentang Peraturan Dasar Pokok-pokok Agraria (UUPA).
7. Peraturan Pemerintah Nomor 36 tahun 2021 tentang Pengupahan.