

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Tangerang Selatan merupakan kota yang sudah memiliki ratusan kedai kopi hingga seluruh sudutnya. Menurut Heru Agus Santoso selaku Kepala Dinas Pariwisata Kota Tangsel mengatakan bahwa pada tanggal 18 November 2022, fsekitar 600 kedai di Kota Tangerang Selatan telah resmi terdaftar. Namun, jumlah ini tidak termasuk angkringan atau warkop yang sering disebut juga sebagai kedai kopi. Hal ini disebabkan karena beberapa di antaranya sudah terdaftar sedangkan yang lain belum terdaftar.

Pola gaya hidup berkumpul sembari minum kopi sudah menjadi hal yang sudah biasa bagi masyarakat Indonesia terutama pada kalangan anak muda, selain itu semakin kesini tidak hanya kopi saja yang dinikmati oleh para anak muda melainkan berbagai macam minuman *mocktail*. Perkembangan *coffee shop* di BSD City sudah menjadi sangat banyak, dapat dilihat dengan semakin banyaknya sekolah dan kampus di daerah ini menjadi sebuah peluang usaha bagi pengusaha yang ingin membuka atau mengembangkan bisnis *coffee shop*. Karena gaya hidup minum kopi ataupun nongkrong di tempat kedai kopi adalah hal sudah menjadi biasa di kalangan anak muda. Karena bagi mereka, berkunjung ke kedai kopi atau *coffee shop* ialah hal yang sudah menjadi keseharian mereka untuk berkumpul, bekerja, belajar, dan lain – lain.

Menurut riset yang telah penulis lakukan dari sekian banyaknya kedai kopi di Kota BSD City, tidak banyak juga yang menggunakan tema perpustakaan atau *library*. Maka dari itu, hanya ada beberapa yang membawa perpustakaan sebagai tema kedai kopi tersebut. Selain itu, penulis telah menyusun tabel mengenai data kompetitor sebagai hasil salah satu dari analisa lingkungan :

TABEL 1. 1
DATA SURVEI KOMPETITOR BISNIS

No.	Nama Kompetitor	Lokasi
1.	KiraKiraKopi	Jl. Griya Loka Raya, Rw. Buntu, Bumi Serpong Damai, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310
2.	RumahBaca (Library Café)	Jl. Pamulang Raya No.6, Pamulang Bar., Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15417
3.	Hazey Coffee & Library	Jl. Taman Palem Raya No.18, Wana Kerta, Kec. Sindang Jaya, Kabupaten Tangerang, Banten 15560

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Menurut Prof. Basuki (1991) pada Jurnal Pengantar Ilmu Perpustakaan hal. 42 (1991) Perpustakaan adalah suatu ruangan, bagian dari suatu bangunan, atau bangunan itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan dalam suatu susunan untuk digunakan oleh pembaca, bukan untuk dijual. Dalam pengertian buku dan terbitan lainnya, meliputi semua terbitan cetak, buku, majalah, laporan, brosur, prosiding, manuskrip, lembaran musik, karya bersama musik lainnya, karya dalam berbagai media audiovisual seperti film, slid, kaset, piringan hitam. mikroformat seperti mikrofilm, mikrofis dan mikro buram.

Secara harfiah, konsep *coffee shop* yang sering kita kenali ialah tempat yang menyediakan minuman olahan kopi, *mocktail*, dan berbagai makanan ringan hingga

makanan berat. Dengan adanya banyak *coffee shop* yang sudah lebih dulu berdiri, kerap tidak asing lagi bahwa banyak yang memiliki tema khas masing – masing dari tempat tersebut. Salah satunya yang mempunyai tema unik didalamnya ialah Carburator Spring yang terletak di Jl. Veteran Kota Jakarta Selatan dengan mengusung *coffee shop* yang didalamnya banyak dekorasi dan ruangan diperuntukkan bagi mereka yang suka nongkrong ala anak motor.

Selain itu, adapun *coffee shop* yang lebih menjual menunya masing – masing atau lebih berfokus kepada menu yang disediakan, seperti SF Coffee Lab yang terletak di Bandung, tempat ini difokuskan untuk menjual aneka ragam jenis kopi dari berbagai macam daerah dengan cita rasa yang berbeda. Maka dari ini, penulis telah melakukan survei minat masyarakat terhadap *coffee shop* yang ingin dibangun oleh penulis, berikut adalah tabel tentang survei minat terhadap *Slice of Life Coffee & Library* di BSD City :

TABEL 1. 2
SURVEI MINAT TERHADAP SLIFE OF LIFE COFFEE & LIBRARY DI
BSD CITY

n = 23

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah sebelumnya anda pernah berkunjung ke Kota BSD City, Tangerang Selatan?	16	7
2	Apakah anda sering berkunjung ke kedai kopi atau <i>Coffee Shop</i> ?	22	1
3	Penulis memiliki konsep ide bisnis yaitu sebuah <i>Coffee Shop</i> dengan konsep <i>Library</i> di Kota BSD City yang menjual berbagai olahan kopi, <i>mocktails</i> dan makanan ringan hingga berat. Memiliki tempat yang menyediakan <i>Reading Room</i> dengan berbagai macam jenis buku dan lain - lain. Apakah anda tertarik untuk berkunjung?	23	0

Sumber : Survey Google Form (2023)

Penulis telah membagikan kuesioner kepada masyarakat yang tinggal di BSD City atau di luar BSD City dengan tujuan untuk mengumpulkan data seberapa antusias masyarakat terhadap *coffee shop* dan bisnis yang direncanakan oleh penulis. Maka dari itu, terlihat bahwa kebanyakan responden tertarik dengan konsep perpustakaan dengan berbagai jenis buku untuk dibaca,

Berdasarkan latar belakang konsep *coffee shop* dan perpustakaan yang telah di paparkan oleh penulis, bisa disimpulkan bahwa dari analisa lingkungan tersebut mayoritas responden ialah mahasiswa, pelajar dan pekerja selain itu konsep yang dipaparkan penulis memiliki ketertarikan dari responden untuk mengunjunginya dan adanya permintaan pada masyarakat. Maka dari itu, penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dengan bentuk sebuah perencanaan bisnis dengan judul : **“PERENCANAAN BISNIS COFFEE SHOP & LIBRARY DI KOTA BSD CITY”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Umum Bisnis

Bisnis adalah suatu usaha yang dimana didalamnya terdiri atas individu ataupun kelompok yang memiliki tujuan untuk mendapatkan laba sebanyak – banyaknya melalui kegiatan produksi, penjualan, pembelian ataupun jasa.

Raymond E. Glosch dikutip oleh Umar (2003 Jilid ke - 3), Bisnis adalah usaha, khususnya organisasi yang mengubah perubahan keahlian ekonomi dan sumber daya menjadi barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan konsumen dan akan menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya.

Coffee Shop yang telah direncanakan oleh penulis ialah memiliki konsep *semi – outdoor* dan *indoor*. Terletak di sebuah ruko yang memiliki 4 lantai didalam satu Gedung yang memiliki fungsi yang berbeda - beda, serta dengan elemen berwarna kayu dan berbagai jenis tanaman untuk membuat *ambience* yang tenang, hangat dan nyaman dengan tujuan untuk para konsumen yang datang merasa nyaman untuk berlama – lama di *coffee shop* ini. Maka dari itu, *coffee shop* ini dirancang sedemikian rupa pada ke – 4 lantai tersebut yang dimana pada lantai 1 memiliki konsep *outdoor* dan *indoor* dengan berbagai macam meja yang memiliki kapasitas 2, 4 atau 6 disetiap mejanya. Selain itu dilantai 1 memiliki bar dan kitchen dikarenakan menurut penulis akan lebih efektif bagi para pegawai dalam menyimpan barang dan membuat semua produk pada satu lantai. Untuk lantai 2 merupakan lantai yang disediakan seutuhnya untuk area tempat duduk bagi para konsumen dan untuk lantai 3 dikhususkan untuk sebagai *reading room* bagi para konsumen yang ingin membaca, belajar, bekerja dan lainnya yang membutuhkan suasana yang lebih tenang. Selain itu, pada lantai 4 merupakan lantai yang

dikhususkan untuk *smoking room* dimana pada lantai tersebut hanya diperuntukkan bagi para konsumen yang ingin minum dan makan sambil merokok.

Perbedaan pada setiap lantai yang telah penulis jelaskan ialah bukan tanpa sebab, karena untuk *reading room* dijadikan pada lantai yang berbeda merupakan antisipasi bagi konsumen yang membutuhkan suasana yang tenang tanpa terdengar suara apapun. Namun tidak menutup kemungkinan bagi para konsumen yang menempati meja diluar *reading room* akan tetap bisa membacanya. Selain itu untuk *smoking area* telah ditetapkan pada outdoor di lantai pertama dan juga di lantai ke - 4 yang memang dikhususkan pada lantai tersebut.

Selain itu, menu yang ditawarkan di *coffee shop* ini akan sangat bervariasi mulai dari minuman yang dibagi menjadi *classic coffee, coffee mocktail, non – coffee mocktail* dan *soft drinks*, selain itu untuk menu makanannya mulai dari ringan hingga berat seperti *Bitterballen* dan *Fried Rice*.

Maka dari itu, penulis juga berharap ingin membuat sebuah promosi pada tiap bulannya seperti potongan harga pada menu tertentu, promosi terhadap paket yang terdiri dari makanan dan minuman. Selain itu, para konsumen bisa melakukan reservasi melalui berbagai *online platform* seperti *Instagram* atau *whatsapp* yang langsung terhubung kepada admin pada *coffee shop* ini.

2. Deskripsi Logo dan Nama

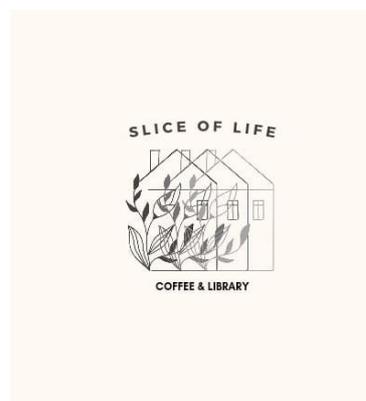
Menurut Kartajaya (2010) Merek adalah Aset perusahaan yang diarahkan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan adalah dengan meningkatkan kepuasan dan memberikan kualitas yang pantas. *Coffee Shop* yang telah penulis rencanakan diberi nama *Slice of Life* yang memiliki arti sebagai sepenggal kehidupan yang memiliki

arti sebagai narasi tentang kehidupan sehari – hari dimana hampir semua hal yang kita alami itu saam dan juga sebagai saran eskapisme atau pelarian dari rutinitas sehari – hari.

Penulis terinspirasi mengakat nama ini menjadi sebuah coffee shop dari sebuah genre film yang menjelaskan bahwa film tersebut mengangkat kisah sehari – hari yang memiliki banyak masalah mulai dari percintaan, pertemenanan dan kisah kehidupan seseorang. Sehingga dengan filosofi ini, penulis memiliki harapan untuk *coffee shop* ini menjadi tempat bagi para konsumen untuk mendapatkan inspirasi atau pencerahan dari berbagai buku atau orang – orang yang ada didalamnya, terlihat seperti biasa saja namun memiliki banyak makna bagi konsumen. Berikut adalah logo yang telah dibuat oleh penulis dengan maknanya :

GAMBAR 1. 1

LOGO USAHA



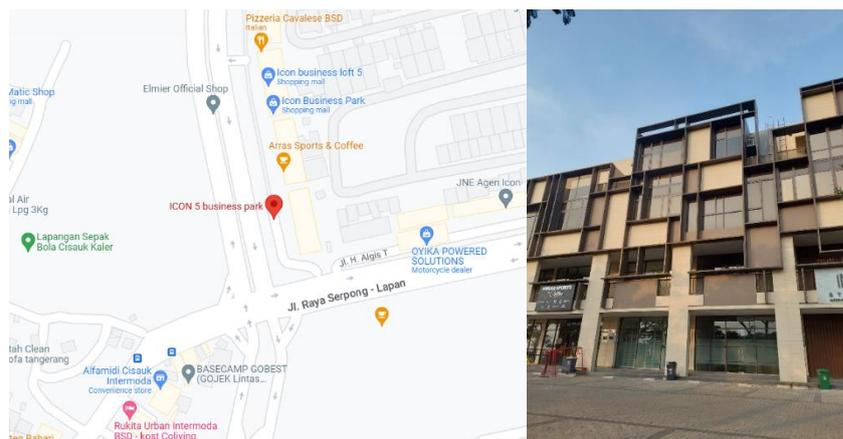
Sumber : Olahan Penulis (2023)

1. Warna dasar *background* menggunakan warna netral yaitu krem, yang memiliki arti bahwa ketenangan dan kelembutan. Penulis berfikir bahwa warna ini menjadi suatu gambaran akan *coffee shop* ini.

2. Jenis *font* yang digunakan memiliki aksan yang tegas namun elegan yang menjadi harapan penulis untuk *coffee shop* ini tidak terkesan murahan.
3. Logo rumah dan tanaman, merepresentasikan bahwa *coffee shop* ini merupakan tempat yang seperti rumah sendiri dan tanaman tersebut sebagai ornament pendukung yang terkesan seperti taman. Penulis berharap untuk membuat para konsumen memiliki kesan yang baik kepada *coffee shop* ini dan mereka merasakan bahwa berkumpul disini seperti dirumah sendiri.

3. Identitas Bisnis

GAMBAR 1. 2 LOKASI USAHA



Sumber : [google.com/maps](https://www.google.com/maps) (2023)

Penulis merencanakan lokasi bisnis *slice of life* akan dibangun di BSD City, Tangerang Selatan. Alamat tepatnya terdapat pada Ruko The Icon 5 Business Park, Sampora, Tangerang Selatan, Banten, 15345. Pemilihan tempat ini dikarenakan bahwa tempat yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas *coffee shop* ini, selain itu tempat ini merupakan tempat yang strategis sehingga para konsumen dengan mudah bisa mengakses *coffee shop* ini. Selain itu, tempat ini dekat dengan perumahan, kampus, sekolah, stasiun, dan juga mall.

Selain itu, konsumen bisa menghubungi kepada pihak *coffee shop* untuk reservasi atau seputar hal lainnya melalui nomor 085715553912 atau melalui Instagram @sliceoflifecoffee untuk mendapatkan info lebih lanjut lagi.

C. Visi dan Misi

Pada dasarnya, visi merupakan tujuan utama atau alibi berdirinya suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan misi adalah rangkaian hal yang dikerjakan untuk mencapai visi tersebut. Istilah ini saling terkait dengan tujuan utama untuk mempromosikan dan mengembangkan suatu organisasi, atau bisnis yang sedang dibangun atau sudah berjalan.

Visi dari *coffee shop* ini adalah menjadikan *coffee shop* ini sebagai tempat pertama yang ingin dikunjungi masyarakat di antara banyaknya *coffee shop* yang ada di BSD City. Maka dari itu, untuk mencapai visi tersebut penulis membuat misi pada *Slice of Life*, yaitu :

- Menetapkan pelayanan yang baik dan benar.
- Menyediakan *seating capacity* yang banyak.
- Merancang desain interior yang menjadikan khas sebuah perpustakaan seperti menggunakan konsep warna kayu dan lainnya.
- Memilih bahan baku yang terjangkau dan berkualitas untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Menyediakan berbagai macam buku yang berkualitas bagi semua kalangan agar dapat dibaca oleh semua kalangan.
- Memilih *playlist music* yang berkualitas dan cocok bagi tempat tersebut.

D. Analisis SWOT

Ketika ingin mengembangkan atau merencanakan suatu usaha diperlukan maka diperlukan sebuah ide – ide dan juga inovasi baru setelah menganalisis pada ke - 4 faktor ini, yaitu *Strength*, *Weakness*, *Opportunities*, dan *Threats* yang jika telah disingkat menjadi SWOT. Menurut Kotler P. (2002), Analisis SWOT merupakan evaluasi komprehensif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ini adalah salah satu alat analisis yang terkenal dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada keyakinan bahwa strategi yang efektif akan mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada. Jika diterapkan dengan tepat, keyakinan sederhana ini memiliki dampak signifikan pada perancangan strategi yang sukses. Berdasarkan pada teori SWOT diatas, maka dari ini telah disiapkan analisis SWOT dari perencanaan bisnis *coffee shop* yang akan dibuat yaitu :

1. *Strength* atau Kekuatan

- Memiliki konsep *coffee shop* yang jarang ditemui di daerah sekitar kota BSD City.
- Mempunyai menu minuman yang salah satunya adalah *mocktail* yang menjadi andalannya.
- Mempunyai ruangan khusus untuk membaca, belajar dan bekerja.
- Memiliki *seating capacity* yang cukup banyak dan tidak sempit.
- Memiliki fasilitas yang sudah cukup untuk menunjang para konsumen yang ingin berkumpul, dan melakukan aktifitas lainnya di *coffee shop* ini.
- Lahan parkir yang luas untuk kendaraan bermobil dan bermotor karena lokasi di satu lahan ruko.

2. *Weakness* atau Kelemahan

- Varian menu makanan yang tidak terlalu banyak
- Variasi buku tidak terlalu lengkap dari A - Z karena terhambat oleh kapasitas ruangan dan penyimpanan.
- Pesaing untuk *coffee shop* sudah lumayan banyak namun dengan konsep yang berbeda.

3. *Opportunities* atau Peluang

- Pesaing yang memiliki konsep yang sama tergolong sedikit.
- Lokasi yang relatif mudah untuk di akses.
- Harga dan kualitas mampu bersaing dengan bisnis yang sama.
- Dengan konsep yang berbeda, secara tidak langsung para konsumen akan menyebarkan *coffee shop* ini kepada kerabatnya masing – masing.

4. *Threats* atau Ancaman

- Lokasi yang tergolong sudah mulai banyak pesaing yang sama.
- Lokasi yang strategis memungkinkan akan adanya para calon pesaing baru yang datang.
- Menu *signature* yang telah dibuat oleh penulis, memungkinkan bahwa akan ada yang meniru ataupun memodifikasi menu tersebut.

Dibawah ini merupakan matriks SWOT dengan strategi yang dapat dilakukan berdasarkan pada SWOT yang telah di analisis sebelumnya.

TABEL 1.3
SWOT ANALYSIS

SWOT ANALYSIS	Strength : <ul style="list-style-type: none"> •Memiliki konsep yang berbeda dari coffee shop lainnya. •Memiliki banyak variasi mocktail. •Memiliki ruangan khusus untuk membaca, belajar dan bekerja •Memiliki seating capacity yang relatif banyak. •Memiliki lahan parkir yang besar. •Menyediakan fasilitas yang cukup untuk menunjang kebutuhan konsumen seperti WIFI, smoking area, reading room dan lainnya. 	Weakness : <ul style="list-style-type: none"> •Variasi menu makanan tidak terlalu banyak. •Variasi buku yang tidak terlalu lengkap. •Pesaing yang sudah banyak.
Opportunities : <ul style="list-style-type: none"> •Pesaing yang sudah ada memiliki konsep berbeda. •Lokasi yang mudah dijangkau. •Harga dan kualitas yang mampu bersaing 	S-O : <ul style="list-style-type: none"> •Berpotensi memiliki banyak konsumen dikarenakan lokasi yang dikelilingi kos- kosan, perumahan, sekolah dan universitas. •Harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal, sehingga kalangan anak sekolah bisa untuk berkunjung ke tempat ini. 	O-W : <ul style="list-style-type: none"> •Melakukan promosi coffee shop dengan, mengenalkan konsep library dan memperkenalkan produk menu yang baru kepada para calon konsumen
Threats : <ul style="list-style-type: none"> •Lokasi coffee shop yang berdekatan dengan coffee shop lain yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat. 	S-T : <ul style="list-style-type: none"> •Promosi dalam bentuk melalui media sosial dan endorsement. •Menyediakan promo secara berkala untuk menarik perhatian para konsumen. 	W-T : <ul style="list-style-type: none"> •Mendesain tema dan dekorasi interior yang cocok untuk segala kalangan dan serta melakukan promosi secara berkala untuk mengurangi kelemahan dan ancaman.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk atau Jasa

Pada dasarnya, sebuah bisnis perlu memproduksi dan menjual suatu produk atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 266) Produk meliputi segala sesuatu yang dapat dipasarkan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, dan dapat diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pelanggan. Konsep produk tidak hanya terbatas pada barang fisik yang dapat dirasakan, tetapi juga mencakup aspek-aspek lain yang tidak berwujud.. Menurut Sudaryono (2016:207) Produk adalah segala hal yang disajikan kepada pasar dengan tujuan untuk menarik perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dengan maksud memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Bisnis “*slice of life*” memberikan tempat membaca dan bersantai dengan banyak orang ataupun individu, yang memiliki produk minuman, makanan dan berbagai macam jenis buku. Maka dari itu, terdapat 3 jenis produk minuman yang

ditawarkan yaitu *classic coffee*, *coffee mocktail* dan *non – coffee mocktail* lalu Jenis *classic coffee* yang ditawarkan yaitu olahan kopi seperti *long black*, *americano* dan *cappuccino*. Jenis *coffee mocktail* adalah menu minuman campuran dengan berbahan dasar *espresso* atau *coldbrew coffee* yang ditambahkan dengan susu ataupun jus. Selain itu, jenis *non – coffee mocktail* merupakan menu minuman yang pada dasarnya memiliki 2 jenis yaitu *milk based* atau *non – milk based*.

Maka dari itu, penulis telah membuat sebuah tabel sebagai ilustrasi minuman yang akan dijual pada *Slice of Life Coffee & Library*. Berikut adalah tabel gambar ilustrasi minuman yang telah di susun oleh penulis :

TABEL 1. 4

TABEL ILUSTRASI MINUMAN

No.	Contoh Minuman	Nama Minuman
1.	<div data-bbox="609 1158 842 1464" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="557 1469 863 1503"><i>Sumber : Pinterest.com</i></p> <p data-bbox="419 1563 1002 1664">(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Cappucinno

2.	 <p><i>Sumber : Pinterest.com</i></p> <p>(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Ice Long Black
3.	 <p><i>Sumber ; Adieu Café</i></p> <p>(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Hollow Earth (Coffee Mocktail)
4.	 <p><i>Sumber : Olahan Penulis (2023)</i></p>	Warm Winter (Non – Coffee Mocktail)

Sumber : Olahan Penulis (2023)

Maka dari tabel minuman diatas ada, produk makanan yang ditawarkan terdiri dari *lite bites* dan makanan berat. *Light bites* adalah suatu makanan kecil atau camilan yang diperuntukkan bagi konsumen yang hanya butuh untuk menemani sembari minum kopi atau lainnya. *Light bites* yang akan ditawarkan seperti *French fries*, *bitter ballen* dan *pancake*. Selain itu, untuk makanan berat sendiri merupakan makanan yang memang diperuntukkan pada tamu yang ingin makan berat sampai kenyang. Makanan berat yang ditawarkan seperti *fried rice*, dan *fried chicken*.

Maka dari itu, penulis telah membuat sebuah tabel sebagai ilustrasi minuman yang akan dijual pada *Slice of Life Coffee & Library*. Berikut adalah tabel gambar ilustrasi makanan yang telah di susun oleh penulis

TABEL 1. 5

GAMBAR ILUSTRASI MAKANAN

No.	Contoh Makanan	Nama Makanan
1.	 <p data-bbox="560 1563 868 1597"><i>Sumber : Pinterest.com</i></p> <p data-bbox="421 1637 1007 1733">(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Chicken Katsu

2.	 <p><i>Sumber : Pinterest.com</i></p> <p>(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	French Fries
3.	 <p><i>Sumber ; Pinterest.com</i></p> <p>(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Bitterballen
5.	 <p><i>Sumber : Pinterest.com</i></p> <p>(Berikut merupakan sebuah ilustrasi yang hampir mendekati produk yang akan dijual)</p>	Fried Rice

Sumber : Olahan Penulis (2023)

F. Jenis Usaha dan Aspek Legalitas

Dalam mendirikan badan usaha, pendiri bisnis dapat memilih jenis badan usaha untuk kegiatan bisnisnya. Mengutip dari Undang-Undang tentang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020, Badan usaha merujuk pada entitas bisnis yang didirikan di wilayah Republik Indonesia, baik dalam bentuk badan hukum maupun bukan badan hukum, yang melakukan kegiatan perdagangan di area tertentu. Hal ini dapat dikatakan terlihat pada semua bentuk usaha masyarakat yang dijalankan di Indonesia. Ada beberapa jenis perusahaan yang biasa ditemui dalam kehidupan sehari-hari seperti perusahaan perseorangan, persekutuan komanditer (CV), dan, dll. Pemilihan jenis usaha ini disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha karena setiap jenis usaha memiliki kebutuhan yang berbeda – beda.

Karena jenis bisnis yang akan dibuat adalah badan usaha swasta, maka berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 tentang pengertian badan usaha swasta memiliki peran yang ditugaskan untuk mengelola sumber daya ekonomi yang tidak termasuk dalam kategori penting dan strategis, serta tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan banyak orang. Dalam konteks ini, badan usaha swasta bertanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan ekonomi yang terkait dengan sektor tersebut, yang meliputi pengelolaan, pengembangan, dan pemanfaatan sumber daya ekonomi tersebut. maka akan didirikan usaha kedai kopi di BSD City dengan bentuk badan usaha berjenis CV (Vennootschap Sponsor). Alasan dipilihnya template resume perusahaan ini karena menurut penulis prosedur, persyaratannya sederhana dan syaratnya lebih fleksibel dibanding jenis usaha lainnya.

Di hadapan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. 17/2018 terbit, pendaftaran CV dilakukan di Pengadilan Negeri tergantung lokasi CV. Namun seiring perkembangan zaman yang semakin canggih, Pendaftaran CV kini dapat dilakukan secara online melalui sistem Administrasi Badan Usaha. Sebuah CV dapat dibentuk dengan minimal dua orang. CV memiliki dua jenis: mitra aktif dan mitra pasif. Mitra aktif adalah mereka yang bertanggung jawab untuk mengelola usaha, sedangkan mitra pasif adalah mereka yang hanya terlibat dalam menginvestasikan modalnya sendiri. Sebelum menyusun CV dikutip pada *website dailysocial.id*, Rose (2022), ada beberapa dokumen yang harus disiapkan, antara lain :

- Copy atau scan e-KTP, KK dan NPWP kedua rekanan.
- Salinan kontrak/sewa kantor atau bukti kepemilikan tempat.
- Bukti domisili dari pengelola gedung/ruko.
- Copy PBB (Pajak Bumi dan Bangunan) dan bukti pembayaran tahunan PBB untuk tempat usaha.
- Gambar kantor luar dalam.

Setelah dokumen diatas sudah terlengkapi, maka dari itu berikut adalah beberapa langka untuk mendirikan CV :

1. Membuat akta pendirian CV.

Dalam KUHD pasal 19, diatur mengenai langkah pembuatan akta pendirian CV, yaitu :

- Nama dan identitas pemilik aktif dan pemilik pasif pendiri CV (rumah dan pekerjaan).
- Indikasi nama yang akan digunakan sebagai CV.

- Deskripsi resume (biasanya mencakup maksud dan tujuan pembuatan resume).
- Nama pemilik yang bertanggung jawab (pemilik aktif yang bertanggung jawab menandatangani kontrak atas nama properti).
- Artikel tentang pihak ketiga penting lainnya dan pendiri asosiasi. • Pendaftaran Pasal-Pasal Konstitusi di Pengadilan Negeri dengan tanggal terlampir.
- Transfer uang CV (uang) khusus kepada pihak ketiga seperti kolektor. Jika kosong, tanggung jawab mitra untuk tanggung jawab pribadi berlaku.
- Pengecualian satu atau lebih mitra dari otoritas mereka untuk bertindak atas nama kepemilikan.

Proses ini dilakukan langsung di notaris. Setelah akta pendirian disetujui, akta tersebut akan disahkan oleh notaris publik. Setelah itu, notaris akan mendaftarkan fotokopi dokumen tersebut ke Kementerian Hukum dan HAM untuk mendapatkan surat keterangan (SK) dari Kementerian Hukum dan HAM.

2. Mendaftarkan akta CV ke Pengadilan Negeri.

Untuk mendaftarkan dokumen CV, pengusaha terlebih dahulu harus membuat Surat Keterangan Tempat Usaha (SKDP). SKDP tersedia di desa di alamat rumah pada CV. Selain SKDP, dokumen lain yang harus dilampirkan ke Pengadilan Negeri saat pendaftaran adalah NPWP CV yang bisa diperoleh dari kantor pajak setempat tergantung domisili CV.

3. Mengurus Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

4. Membuat Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

Perizinan/legitimasi usaha memiliki banyak manfaat seperti: Bagaimana melindungi usaha, mempermudah pengajuan modal usaha, meningkatkan kredibilitas dan masih banyak manfaat lain yang dapat membantu perkembangan usaha kedepannya. Tentu saja keuntungan tersebut tidak lepas dari upaya yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mendapatkan legalitas sesuai dengan kebutuhan daerah atau pemerintah dimana mereka menjalankan usahanya. Jenis-jenis dokumen hukum yang harus dimiliki suatu perusahaan agar dapat menjadi perusahaan yang berbadan hukum di mata pemerintah adalah :

1. Akta Pendirian Perusahaan.

Akta Anggaran Dasar Perusahaan, yang ditulis dan disahkan oleh notaris, merupakan dokumen utama dan langkah awal dalam pembentukan badan usaha atau perusahaan, baik itu PT, CV atau perusahaan. Dokumen ini memuat informasi penting perusahaan seperti nama perusahaan, lokasi, jenis perusahaan, susunan direksi hingga modal awal yang digunakan untuk mendirikan perusahaan. Selain itu, dokumen ini juga memuat semua hak dan kewajiban pengusaha dan investor perusahaan. Akta pendirian perusahaan sangat penting karena merupakan persyaratan terpenting jika perusahaan ingin menyelesaikan masalah hukum lainnya.

2. NPWP Perusahaan.

Salah satu dokumen penting lainnya yang harus dimiliki oleh perusahaan adalah Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). NPWP diperlukan oleh setiap perusahaan yang didirikan agar dapat terdaftar secara hukum dalam sistem perpajakan. NPWP merupakan salah satu persyaratan utama bagi perusahaan untuk melengkapi dokumen administrasi dan memperoleh legalitas usaha. Selain itu,

NPWP juga merupakan dokumen wajib yang diperlukan ketika pengusaha menghadapi masalah hukum lainnya, seperti permohonan modal kerja, pembukaan rekening giro, atau perolehan izin usaha (SIUP). Untuk memproses dokumen NPWP, pengusaha dapat mengajukan permohonan ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP), tergantung pada lokasi operasional perusahaan.

3. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

SIUP diberikan oleh pemerintah setempat sebagai izin resmi bagi pengusaha untuk menjalankan usahanya. Jenis dokumen SIUP ini menjadi persyaratan yang wajib dimiliki oleh perusahaan yang beroperasi di sektor perdagangan maupun pelayanan jasa. Terdapat empat kategori SIUP yang dibedakan berdasarkan modal yang dimiliki perusahaan. Kategori-kategori tersebut meliputi SIUP Mikro untuk perusahaan dengan modal di bawah 50 juta, SIUP Kecil dengan modal antara 50-500 juta, SIUP Menengah untuk modal 500 juta - 10 miliar, dan SIUP Besar dengan modal di atas 10 miliar. SIUP akan berlaku selama perusahaan tetap menjalankan kegiatan usahanya.

4. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)

Untuk menyusun dokumen ini, perusahaan harus telah memiliki dokumen pendirian yang sah. SKDP (Surat Keterangan Domisili Perusahaan) adalah sebuah pernyataan yang membuktikan bahwa perusahaan memiliki kantor yang terdaftar di alamat yang tertera dalam SKDP tersebut. Persyaratan SKDP umumnya berbeda-beda di setiap wilayah. SKDP memiliki masa berlaku tertentu, di mana perusahaan yang berlokasi di gedung perkantoran harus memperbarui SKDP setiap lima tahun sekali. Sementara itu, perusahaan dengan kantor virtual harus memperbarui SKDP setiap tahunnya.

5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Dokumen TDP merupakan bukti pendaftaran perusahaan sebagai operator yang sah. Dokumen ini hanya diperlukan bagi perusahaan yang berbentuk badan hukum seperti PT, CV, atau bentuk badan usaha lainnya. Sementara itu, perusahaan yang tidak termasuk dalam kategori badan hukum tidak memerlukan TDP. Untuk memperoleh TDP, perusahaan harus mengajukan permohonan dan melengkapi dokumen-dokumen perusahaan yang telah disetujui oleh Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.