

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Industri Akomodasi merupakan salah satu industri di dalam dunia pariwisata yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan dan perkembangan dunia pariwisata. Industri Akomodasi di dalam dunia pariwisata adalah sebuah tempat di mana para wisatawan atau pengunjung yang datang dapat menginap, beristirahat, mandi atau membersihkan diri, makan, minum dan juga menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang telah disediakan. Hal ini di dukung oleh (Samalam, Rondunuwu, & Towoliu, 2016, p. 344) yang menyatakan bahwa industri akomodasi adalah suatu komponen industri pariwisata, karena akomodasi dapat berupa suatu tempat atau kamar di mana orang – orang atau pengunjung atau wisatawan dapat beristirahat atau menginap atau tidur, mandi, makan dan minuman serta menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang tersedia.

Akomodasi memiliki 3 jenis kategori yaitu Akomodasi Komersil, Akomodasi Semi Komersil dan Akomodasi Non Komersil. Pada zaman modern ini, akomodasi yang memiliki minat paling tinggi untuk dijadikan bisnis dikarenakan

memiliki peluang pasar yang cukup besar dan mendatangkan keuntungan besar bagi para pemiliknya adalah Akomodasi Komersil seperti *Hotel, Motel, Hostel, Apartment, Guest House, dan Co-Living*. Bisnis sendiri dapat diidentifikasi sebagai seluruh aktivitas usaha yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, memiliki tujuan untuk mencari keuntungan berupa laba melalui penyediaan barang atau jasa dan ide yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian (Suryani & Komalasari., 2023, p. 3).

Berdasarkan bisnis Akomodasi Komersil di atas, bagi para pengusaha yang baru akan merintis sebuah bisnis, *co-living* merupakan pilihan yang paling diminati dikarenakan kebutuhan pasar yang cukup tinggi, harga penjualan yang cenderung lebih ekonomis dan biaya oprasional yang lebih rendah dibandingkan usaha besar seperti *Hotel, Motel, Hostel dan Apartment*. Para wisatawan yang hendak berkunjung ke sebuah wilayah wisata dengan tujuan menginap dengan jangka waktu yang lama cenderung memilih akomodasi *co-living* untuk dijadikan tempat mereka beristirahat. Selain bagi para wisatawan, kebutuhan akan *co-living* untuk para pekerja, mahasiswa dan masyarakat juga tidak kalah tinggi, hal didukung oleh *Survei Indonesia Property Watch (IPW) 2020* yang dikutip oleh (Indriani, 2022) yang menunjukkan 47,4% milenial lebih memilih tinggal di *coliving*, 47,1% memilih tinggal di apartement, dan sisanya memilih tinggal di kediaman keluarga atau saudara.

Co-living berasal dari kata *communal living*. Dikutip dari (Wiraland, 2023) *Insider* mendefinisikan *communal living* sebagai sebuah konsep di mana sekelompok orang memilih untuk tinggal bersama dalam suatu tempat atau

lingkungan tertentu. Pada masa kini, *co-living* seringkali disamakan dengan sebuah rumah kos akan tetapi, terdapat perbedaan yang cukup signifikan diantara keduanya yaitu *co-living* menawarkan fasilitas yang jauh lebih lengkap, dikelola oleh *management* yang lebih profesional dibandingkan dengan rumah kos namun memiliki harga sewa yang cukup terjangkau. Di Indonesia sendiri akomodasi dengan konsep *co-living* masih sangat baru tetapi memiliki pasar yang cukup tinggi. *Co-living* menyediakan pilihan penyewaan untuk jangka waktu tertentu seperti per-hari, per-bulan bahkan per-tahun. Pemilihan jangka waktu penyewaan ini juga dapat berpengaruh dengan nominal pembayaran, umumnya apabila jangka waktu sekali pembayaran semakin lama (pertahun) maka harga yang diberikan akan lebih murah dibandingkan pembayaran hanya untuk satu hari atau satu bulan.

Salah satu kota dengan peminat *co-living* yang cukup tinggi di Indonesia adalah Kota Bandung. Selain banyaknya tempat wisata dan lapangan pekerjaan, Kota Bandung memiliki banyak sekali perguruan tinggi yang tersebar diseluruh wilayahnya sehingga banyak pelajar dari seluruh Indonesia datang ke Kota Bandung untuk melanjutkan pendidikannya.

Di Kota Bandung harga kamar *co-living* yang ditawarkan tentu saja beragam dan memiliki perbedaan satu sama lain. Hal ini dipengaruhi oleh tipe, fasilitas yang ditawarkan dan lokasi di mana *co-living* tersebut berada. Selain dari tipe, fasilitas dan harga dari sebuah *co-living*, hal lain yang juga mempengaruhi pemilihan *co-living* adalah daerah di mana *co-living* itu berada dan lingkungan *co-living*. Para peminat *co-living* tentu saja akan mempertimbangkan apakah daerah dan

lingkungan *co-living* yang akan ditinggali cukup aman dan nyaman mengingat angka kriminalitas yang tergolong cukup tinggi di kota ini.

Namun, di era globalisasi ini, tindak pencegahan untuk menurunkan angka kriminalitas menjadi hal yang cukup mudah. Menurut (Giddens, 1999, pp. 6-10) globalisasi merupakan sebagai sebuah fenomena yang membentuk ulang cara kita menjalani kehidupan kita, Giddens juga menggaris bawahi aspek-aspek penting globalisasi yaitu menghilangkan batasan ruang dan waktu, dan interkoneksi. Era globalisasi sendiri mempercepat inovasi teknologi yang memungkinkan para peneliti dan ilmuwan dari berbagai penjuru dunia untuk berkolaborasi sehingga terdorongnya perkembangan teknologi secara pesat.

Teknologi sendiri merupakan pengetahuan, kemampuan, dan aktivitas untuk mengubah alam untuk memenuhi kebutuhan manusia dan keinginan manusia (Pitt, 2000, p. 1). Ada banyak sekali alat-alat teknologi yang dapat digunakan untuk mendukung tindak pencegahan kejahatan contohnya seperti sistem *alarm* yang dapat memberikan peringatan jika ada intrusi, sensor gerakan yang dapat mengaktifkan lampu atau *alarm* saat ada aktivitas yang mencurigakan, sistem pelacakan *GPS* pada kendaraan perusahaan atau kendaraan berharga dan masih banyak lagi.

Salah satu alat lain yang dapat disediakan sebagai fasilitas di sebuah *co-living* namun jarang digunakan adalah mesin *finger print*. Mesin *finger print* dapat dihubungkan ke pintu depan sebuah *co-living* yang membuat pintu depan tersebut selalu terkunci dan hanya dapat dimasuki oleh penghuni *co-living* yang sudah

mendaftarkan sidik jari di dalam mesin *finger print* tersebut dan apabila seorang penghuni *co-living* berpindah atau menyudahi masa penyewaan kamarnya, maka sidik jari penghuni tadi dapat dihapus. Selain alat – alat keamanan, *security* atau petugas keamanan juga *CCTV* juga dapat mencegah terjadinya tindak kriminalitas.

Pada rencana bisnis ini, penulis akan merencanakan dan mengembangkan sebuah usaha *co-living* dengan konsep *Japanese Modern House* dan *Open Space*. Pemilihan kedua konsep tersebut mendukung desain minimalis, modern, dan fungsional ditambah dengan aksen budaya Jepang yang membuat kamar dan bangunan *co-living* ini menjadi unik dan memungkinkan seluruh area *co-living* untuk di fungsikan sebaik mungkin. Usaha *co-living* ini juga memiliki *Public Lounge* di mana di dalam area tersebut akan terdapat beberapa fasilitas penunjang seperti *café/kantin*, *laundry*, *gym*, *mini market* dan area berkumpul.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis *co-living* ini memiliki nama Asobu House. Asobu House sendiri merupakan salah satu bisnis berjenis investasi properti dengan keuntungan yang cukup tinggi terlebih setelah meningkatnya peminat *co-living*. Asobu House sendiri mengangkat 2 konsep, konsep yang pertama merupakan konsep *Japanese Modern House*. Konsep *Japanese Modern House* sendiri dikenal karena memiliki desain yang natural, minimalis namun memiliki semua yang dibutuhkan. Asobu House akan menerapkan desain ini tentunya dengan aksen Jepang pada desain gedung dan

kamar *co-living* yang kemudian akan menjadi ciri khas *co-living* ini. Konsep kedua merupakan konsep *Open Space* yang menerapkan desain rumah yang relatif terbuka. Penerapan konsep *Open Space* akan ada pada atap rumah *co-living* yang terbuka sehingga memudahkan udara untuk keluar dan masuk. Konsep ini juga akan di terapkan pada setiap kamar *co-living* yang akan memiliki jendela menghadap keluar *co-living* sehingga terdapat sirkulasi udara dan sinar matahari yang dapat masuk kedalam kamar dan kamar dapat terhindar dari kelembaban dan jamur juga udara yang kurang bersih.

Asobu House sendiri akan dipasarkan melalui sosial media seperti Instagram, Tiktok, Whatsapp dan juga melalui *webside co-living*, Cove.id. Asobu House memiliki 2 tipe kamar yaitu *standard room* dan *connecting room*. Kedua tipe kamar tersebut memiliki ukuran 5m x 4m yang memiliki fasilitas kamar berupa:

- a. Meja dan kursi
- b. Lemari pakaian
- c. Cermin *full body*
- d. Kasur dengan ukuran *queen size* 160cm x 200cm
- e. Kamar mandi dalam dengan: *water heater*; toilet duduk, wastafel set dan *shower*

Berdasarkan fasilitas yang telah tersedia diatas, harga yang ditawarkan untuk sebulan *standard room* dan *connecting room* sebesar Rp 3.000.000.-/ bulan untuk sewa bulanan ditambah dengan layanan pembersihan kamar 1 kali dalam seminggu untuk penghuni bulanan sedangkan untuk sewa harian kamar *standard room* dan *connecting room* akan disewakan dengan harga Rp 250.000.-/hari dan

harga tersebut telah termasuk dengan biaya air dan listrik. Untuk fasilitas umum yang tersedia yaitu:

- a. Jaringan *wi-fi*
- b. Dapur yang memiliki: kompor, kulkas dan rak piring
- c. Fasilitas keamanan selama 24 jam: *CCTV, security*, dan mesin *finger print*
- d. *Public lounge*

Public lounge ini lah yang akan menjadi pembeda Asobu House dengan *co-living* lain. Pada area *public lounge* akan terdapat beberapa fasilitas seperti *café/kantin* yang akan menjual aneka makanan dan minuman, *laundry, gym, mini market* dan area berkumpul untuk para penghuni *co-living*. Serta fasilitas keamanan selama 24 jam yaitu *CCTV, security*, dan mesin *finger print* yang akan digunakan sebagai pengganti kunci pintu masuk utama ke lingkungan kamar *co-living* dan area parkir mobil dan motor yang akan dikenakan biaya bagi para pelanggan yang menyewa kamar per-bulan yaitu Rp 25.000.-/bulan untuk motor dan Rp 250.000.-/bulan untuk mobil. Asobu House juga akan memiliki beberapa peraturan untuk pelanggan seperti:

- a. Pelanggan akan dikenakan denda atau dan diberhentikan masa penyewaannya apabila mengganggu ketenangan penghuni *co-living* lain.
- b. Tidak meminum minuman keras, dan menggunakan obat-obatan terlarang atau sejenisnya pada lingkungan *co-living*.
- c. Akan dikenakan tambahan biaya bagi pelanggan yang menyewa kamar bulanan namun ditinggali lebih dari 1 orang.

- d. Tidak membatasi jam keluar atau masuk area *co-living* maupun *public lounge* agar para pelanggan dapat leluasa untuk menyelesaikan kebutuhan mereka tanpa perlu khawatir dengan jam malam dll.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Pada saat mendirikan sebuah bisnis atau perusahaan diperlukan pemberian logo serta nama yang menggambarkan citra dari pada bisnis atau perusahaan tersebut. Menurut (Suriyanto Rustan, 2013, pp. 1 - 9) logo sebagai sebuah bendera, tanda tangan dan sebuah lambang yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya sebagai alat pemasaran. Logo seringkali dibuat untuk menciptakan identitas visual yang berkesan dan mudah diingat dan juga untuk membedakan sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Logo merupakan bentuk dari penggabungan beberapa elemen visual seperti gambar, huruf, warna dan bentuk yang kemudian disatukan kedalam satu desain yang unik

Berikut merupakan logo Asobu House:

Gambar 1
LOGO ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

Pemilihan logo yang telah dipilih untuk Asobu House tentunya memiliki banyak makna di dalamnya yaitu:

a. Gambar rumah

Rumah pada logo yang penulis buat tidak hanya memiliki arti tempat untuk bernaung namun diharapkan dengan adanya Asobu House yang nantinya akan ditempatkan oleh pelanggan akan menjadi tempat untuk melepas lelah yang memiliki lingkungan aman sehingga dapat memberikan perasaan ‘berada dirumah’ bagi pelanggan yang tinggal. Keinginan penulis juga didukung oleh (Sari, et al., 2022, p. 43) yang berpendapat bahwa rumah tidak hanya digunakan sebagai tempat berlindung dari panas maupun hujan, gangguan dan ancaman

dari kejahatan, binatang buas dan bencana alam namun lebih luas lagi rumah digunakan sebagai tempat berlangsungnya kehidupan yang penuh dengan kenyamanan, keharmonisan serta peningkatan derajat kesehatan bagi penghuninya.

b. Gambar tumbuhan

Gambar tumbuhan yang ada pada logo merupakan tumbuhan yang baru akan tumbuh, hal ini melambangkan sebuah bisnis yang baru saja dimulai dan akan terus melakukan perkembangan – perkembangan pada fasilitas dan pelayanannya.

c. Gambar awan

Pada budaya Jepang, gambar awan dikaitkan dengan kenangan atau pengalaman indah, seperti bermain di bawah langit yang cerah dengan awan putih yang bergelayutan. Dengan adanya gambar awan pada logo bisnis ini diharapkan para penghuni maupun pengunjung Asobu House dapat membuat dan memiliki kenangan dan pengalaman yang indah.

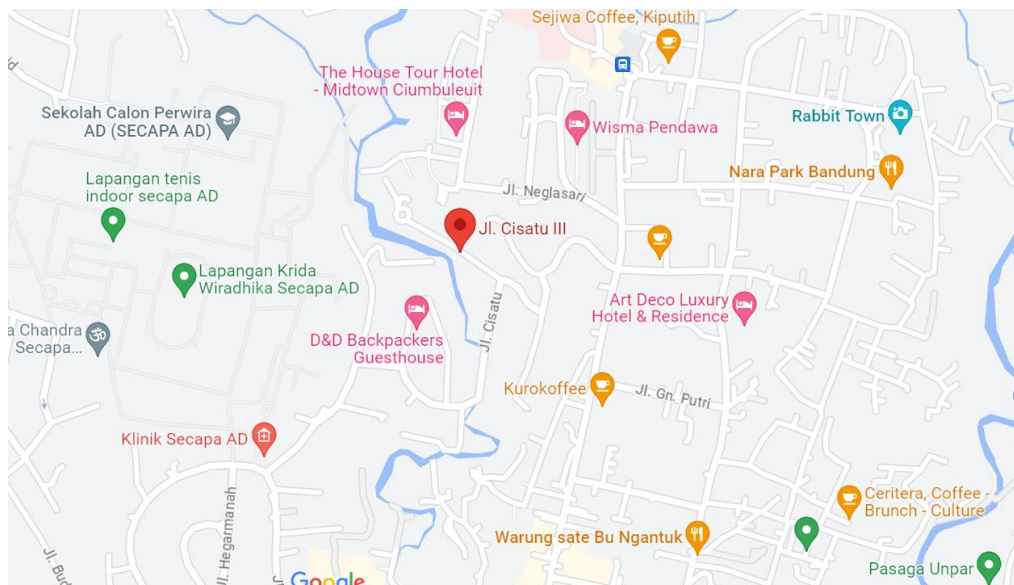
d. Warna hitam, perak dan merah

Warna hitam dan perak memiliki makna elegan yang seringkali digunakan dalam desain modern Jepang untuk menciptakan tampilan yang bersih dan kekinian. Kedua warna tersebut akan terlihat dalam desain interior dan fasilitas yang ada di Asobu House. Sedangkan warna merah melambangkan kegembiraan dan kehangatan, dari warna ini diharapkan para penghuni *co-living* akan merasa kegembira dan kehangatan selama tinggal di Asobu House.

3. Identitas Bisnis

Lokasi Asobu House terletak pada Jl. Cisatu III, Kecamatan Ciumbuleuit, Kota Bandung, Jawa Barat. Lokasi ini menjadi pilihan penulis dikarenakan lokasinya yang cukup dekat dengan banyak tempat wisata seperti *Rabbit Town*, *Sudut Pandang*, *Dago Bakery* dan *D'Dieuland*. Selain tempat wisata, lokasi ini dekat dengan 2 perguruan tinggi yaitu Univeristas Katolik Parahyangan dan Akademi Keperawatan TNI AU Dr. Salamun juga banyaknya lapangan pekerjaan sehingga lokasi ini menjadi lokasi yang strategis bagi para pelanggan yang membutuhkan tempat beristirahat maupun tempat tinggal sementara seperti para wisatawan, mahasiswa/i dan pekerja.

Gambar 2
LOKASI ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

C. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan salah satu bagian penting dari perencanaan sebuah bisnis terlebih sebuah bisnis baru akan dirintis. Visi dan misi sendiri membantu untuk menggambarkan tujuan jangka panjang dan nilai-nilai yang akan dipegang bisnis tersebut. Selain membantu menggambarkan tujuan dan nilai-nilai sebuah bisnis, visi dan misi juga menjadi motivasi dalam menciptakan strategi untuk bisnis yang dimiliki.

Visi Asobu House adalah:

“Menjadi *co-living* yang mendukung kepuasan para pelanggan juga memiliki kualitas pelayanan yang tinggi”.

Misi Asobu House adalah:

1. Menawarkan akomodasi *co-living* dengan konsep *Japanese Modern House* dan *Open Space* dengan kualitas fasilitas yang tinggi dan perawatan properti yang baik.
2. Menyediakan area untuk berkumpul, berolahraga dan melepas penat para pelanggan *co-living* juga fasilitas penunjang seperti *café/kantin*, *mini market* dan *laundry*.
3. Menyesuaikan semua aturan *co-living* dengan kebutuhan pelanggan.
4. Menyediakan fasilitas keamanan 24 jam bagi pelanggan *co-living*.

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu organisasi atau produk. Analisis ini dapat membantu organisasi untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja mereka dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah dan memanfaatkan peluang (Kotler & Armstrong, *Principles of Marketing*, 2010, pp. 79 - 80). Faktor internal dari SWOT mencakup aspek kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dari sebuah bisnis, aspek-aspek ini dapat ditemukan di dalam bisnis itu sendiri dan mencerminkan keadaan internal yang dapat dikendalikan atau dipengaruhi oleh manajemen sebuah bisnis. Sedangkan faktor external dari SWOT mencakup aspek peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) kedua faktor ini mencerminkan dampak dan kondisi lingkungan eksternal bisnis yang dapat mempengaruhi berjalannya sebuah bisnis. Identifikasi dan analisa SWOT dari Asobu House adalah sebagai berikut:

1. *Strength*

Kekuatan atau *strength* dari perencanaan bisnis Asobu House adalah:

- a. Memiliki desain unik dengan mengusung konsep *Japanese Modern House* dan juga *Open Space* yang menjadikan Asobu House berbeda dengan *co-living* lain.
- b. *Public Lounge* yang memiliki *indoor gym, café/kantin, laundry, mini market* dan area berkumpul yang dapat digunakan oleh penghuni *co-living*.

- c. *Café/kantin* di dalam *co-living* yang memungkinkan para pelanggan membeli makanan dan minuman tanpa harus keluar dari lingkungan *co-living*.
- d. Memberikan pelayanan pembersihan kamar 1 kali dalam seminggu untuk penghuni bulanan.
- e. Memiliki fasilitas yang lengkap dan tingkat keamanan yang tinggi yaitu *security*, *CCTV* dan *finger print* yang dioperasikan selama 24 jam.
- f. Lokasi yang cukup strategis yang berada di dekat tempat wisata, perguruan tinggi dan lapangan pekerjaan yang tersebar di daerah Ciumbuleuit.

2. *Weakness*

Kelemahan atau *weakness* dari perencanaan bisnis Asobu House adalah:

- a. Penjualan yang bergantung pada pihak ketiga yang memasarkan Asobu House.
- b. Keterbatasan kapasitas kamar *co-living*.

3. *Opportunities*

Peluang atau *opportunities* dari perencanaan bisnis Asobu House adalah:

- a. Banyaknya wisatawan, mahasiswa/i dan pekerja dari luar Bandung yang membutuhkan tempat untuk singgah atau tinggal sementara.
- b. Belum adanya *co-living* dengan fasilitas area berkumpul dan olahraga yang luas juga laundry yang berada di area *co-living* dengan konsep bangunan *Japanese Modern House* dan *Open Space*.

4. *Threats*

Ancaman atau *threats* dari perencanaan bisnis Asobu House adalah:

- a. Terdapat akomodasi lain yang menawarkan harga lebih murah kepada pelanggan.
- b. Jumlah pesaing dalam bidang akomodasi yang terus meningkat.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Asobu House merupakan usaha yang bergerak dibidang akomodasi, Asobu House memiliki luas tanah bangunan dengan besar 525m² dengan fasilitas keamanan berupa *CCTV, security* dan mesin *finger print*, parkir untuk motor dan mobil, dapur umum, *public lounge* di mana terdapat area yang dapat disewakan untuk penyewa usaha *gym, café/kantin, mini market* dan *laundry* juga area berkumpul serta penyewaan kamar yang berjumlah 42 kamar. Asobu House menawarkan 2 jenis penyewaan yaitu penyewaan harian dan penyewaan bulanan termasuk dengan biaya air dan listrik.

1. Spesifikasi Bangunan

- a. Tiga puluh dua kamar dengan 2 tipe kamar yaitu *standard room* dan *connecting room*. Kedua tipe kamar tersebut memiliki ukuran 5m x 4m

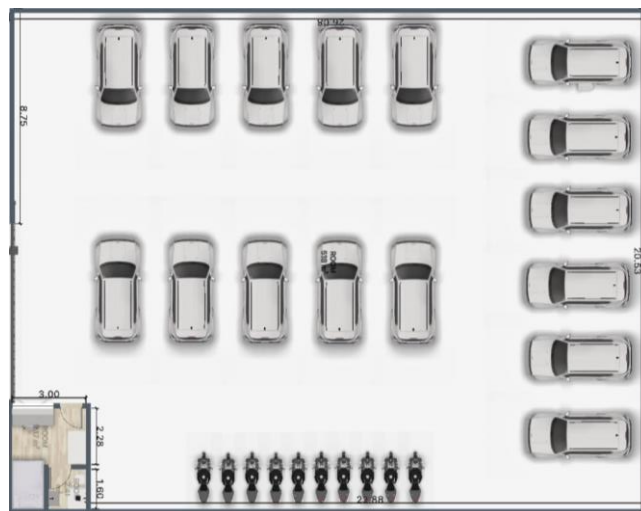
Gambar 3
BANGUNAN ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

b. Area Parkir

Gambar 4
AREA PARKIR ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

c. Pos Keamanan

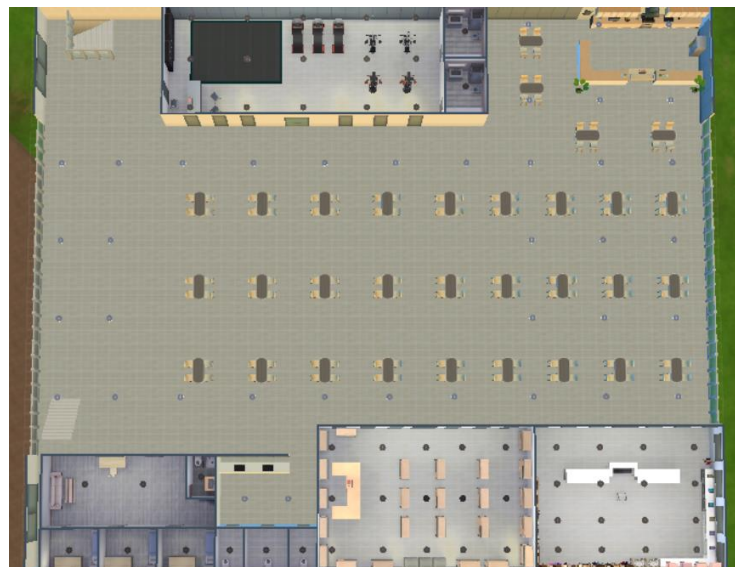
Gambar 5
POS KEAMANAN ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

d. Public Lounge

Gambar 6
PUBLIC LOUNGE ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

e. *Café/Kantin/Penyewaan Tempat Usaha*

Gambar 7

CAFÉ/KANTIN/PENYEWAAN TEMPAT USAHA ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

f. *Gym/Penyewaan Tempat Usaha*

Gambar 8

GYM/PENYEWAAN TEMPAT USAHA ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

g. *Laundry/*Penyewaan Tempat Usaha

Gambar 9
LAUNDRY/PENYEWAAN TEMPAT USAHA ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

h. *Mini Market*

Gambar 10
MINI MARKET/PENYEWAAN TEMPAT USAHA ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

i. Dapur Umum

Gambar 11
DAPUR UMUM ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

2. Spesifikasi Kamar (*Standard Room*)

Gambar 12
STANDARD ROOM ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

- a. Kamar seluas 5m x 4m
- b. Tempat tidur *queen size bed* berukuran 160cm x 200cm
- c. Meja dan kursi
- d. Lemari pakaian dan cermin *full body*
- e. Kamar mandi dalam (*shower, water heater, wastafel set dan toilet duduk*)

3. Spesifikasi Kamar (*Connecting Room*)

Gambar 13
CONNECTING ROOM ASOBU HOUSE



Sumber: Desain Penulis (2023)

- a. Kamar seluas 5m x 4m
- b. Tempat tidur *queen size bed* berukuran 160cm x 200cm
- c. Meja dan kursi
- d. Lemari pakaian dan cermin *full body*
- e. Kamar mandi dalam (*shower, water heater, wastafel set dan toilet duduk*)
- f. *Connecting Door*

F. Jenis/Badan Usaha

Badan usaha adalah kesatuan yuridis ekonomis yang bertujuan untuk mencari keuntungan (Lestari & Mursid, 2022, p. 69). Berikut merupakan badan usaha berdasarkan badan hukumnya:

1. Perusahaan Perorangan

Sebuah bentuk usaha yang dimiliki dan dijalankan oleh satu orang yang disebut sebagai pemilik tunggal.

2. Perusahaan Persekutuan

a. Firma (Fa)

Sebuah bentuk usaha di mana dua atau lebih individu berpartisipasi bersama dalam kepemilikan dan oprasional bisnis.

b. Komanditer (CV)

Merupakan sebuah perusahaan persekutuan di mana terdapat dua jenis mitra yaitu mitra aktif atau pengelola dan mitra pasif atau komanditer (hanya memberikan modal tanpa berpartisipasi dalam pengelolaan perusahaan).

3. Perusahaan Perseroan (PT)

Bentuk perusahaan yang berupa badan hukum dan terpisah dari pemiliknya atau pemegang saham. Para pemegang saham memiliki kewajiban bisnis terbatas pada jumlah saham yang mereka berikan.

4. Koperasi

a. Koperasi Produksi

Koperasi Produksi didirikan oleh sekelompok individu atau perusahaan dengan tujuan untuk bekerja sama dalam memproduksi barang atau memberikan pelayanan tertentu.

b. Koperasi Konsumsi

Koperasi Konsumsi didirikan oleh sekelompok individu atau anggota dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang mereka miliki. Para anggota bekerja sama untuk membeli barang-barang atau layanan dalam jumlah besar untuk mendapat harga yang lebih baik atau murah, kualitas yang lebih tinggi atau manfaat lainnya.

Bisnis Asobu House sendiri termasuk kedalam Bisnis CV dikarenakan memungkinkan fleksibilitas dalam menentukan peran dan tanggung jawab setiap mitra, yang sesuai dengan dinamika bisnis co-living di mana beberapa pihak mungkin memiliki kepentingan dan kontribusi yang berbeda seperti investor yang dapat ikut dalam kelangsungan operasional.

Selain itu, CV memberikan perlindungan hukum bagi para mitranya, memisahkan aset pribadi dari aset bisnis. Hal ini berguna dalam mengurangi risiko pribadi yang terkait dengan bisnis, terutama dalam situasi di mana terdapat risiko finansial atau hukum yang mungkin timbul. CV memberikan fleksibilitas untuk berkembang seiring waktu. Co-living mungkin dimulai sebagai bisnis kecil atau menengah dan berkembang seiring waktu. Dalam CV, masuknya mitra baru atau

penambahan modal dapat dilakukan tanpa mengubah struktur hukum yang ada, memungkinkan bisnis untuk berkembang tanpa harus memulai dari awal.

G. Aspek Legalitas

Beberapa aspek legalitas usaha bisnis *co-living* yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Persetujuan Bangunan Gedung (PBG)
2. Izin Operasional atau Hinder Ordonantie (HO)
3. Izin Peruntukan Penggunaan Tanah (IPPT)
4. Izin Pemanfaatan Tanah (IPT)
5. Dokumen Lingkungan
6. Surat Izin Domisili
7. Sertifikat Tanah, Hak Milik
8. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
9. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Dokumen-dokumen tersebut diperlukan untuk memenuhi persyaratan administrasi dalam mendirikan usaha *co-living* dan memastikan bahwa usaha tersebut beroperasi secara legal dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.