

## **BAB I**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **1.1 Gambaran Umum Bisnis**

##### **1.1.1. Deskripsi Bisnis**

LARISIA adalah bisnis toko kue dan roti yang sudah berdiri sejak tahun 1979, toko ini didirikan di kawasan Tebet Timur dalam raya. Menurut Louis E. Boone (2007:5), bisnis (bussines) terdiri dari seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa. Di Jakarta Selatan, terutama di daerah Tebet, ada banyak restoran yang menjual makanan ringan dan kopi, tetapi tidak ada toko kue yang menjual berbagai macam kue jadul. Tebet juga termasuk lokasi yang berada di kawasan yang strategis. Sehingga banyak wisatawan yang berkunjung untuk melakukan atau mencari pengalaman kuliner baru. LARISIA mengambil tema toko klasik, dimana setiap produk yang di tawarkan adalah produk roti dan cake klasik salah satunya seperti *Chiffon Cake*, *Ontbijtkoek*, Kue Marmer dan Lapis Surabaya. Selain menjual cake LARISIA juga menyediakan paket *snack box*.

LARISIA menargetkan pasar kelompok masyarakat menengah. Bisnis yang berhasil dalam persaingan ini harus berusaha keras untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Untuk mencapai

tujuan tersebut, setiap perusahaan dapat menyediakan produk yang diinginkan oleh konsumen sesuai dengan kebutuhannya.

Usaha ini didirikan pada tahun 1979 oleh salah satu keluarga penulis yang sebelumnya hanya menjual produk dengan gerobak keliling dan kemudian mendapatkan ide untuk membuat usaha toko kue. Pada saat itu muncul membuat ide toko kue karena melihat peluang belum adanya pesaing atau toko kue disekitar kawasan Tebet. Selain itu tujuan membuka toko kue LARISIA untuk membuka lapangan kerja. Seiring berkembangnya zaman semakin banyak pesaing yang cukup kuat dan terkenal sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkanya. Maka dari itu penulis melakukan pengembangan bisnis ini agar dapat bersaing dan mempertahankan nama LARISIA dikalangan konsumen.

Penulis telah melakukan analisis tentang pemasaran toko kue LARISIA di era zaman digital sekarang tidak efektif dikarenakan kurangnya promosi media sosial seperti Instagram, TikTok dan aplikasi lainnya untuk memperkenalkan produk yang ada kepada konsumen. Penulis memilih judul **“Pengembangan Bisnis Toko Kue “ LARISIA” Di Kota Jakarta Selatan”** dikarenakan adanya sebuah masalah pada aspek pemasaran yaitu promosi yang memiliki dampak tidak stabilnya pemasukan omset. Perencanaan pengembangan ini diharapkan dapat menarik pelanggan dengan promosi produk cake yang bervariasi, pelayanan dan pengalaman terbaik untuk konsumen agar dapat meningkatkan pendapatan LARISIA.

### 1.1.2. Deskripsi Logo dan Nama

David E. Carter menyatakan bahwa logo adalah representasi visual identitas suatu perusahaan yang digunakan dalam berbagai aktivitas dan fasilitas. Logo juga berfungsi sebagai trademark identitas dan ciri khas perusahaan atau jasa. (CARTER, 1985)

Philip Kotler, anggota *American Marketing Association*, menyatakan bahwa merek adalah tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari tiga hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi beberapa penjual tertentu untuk kemudian digunakan sebagai pembeda dan pesaing yang ada di pasaran. (KOTLER, 2002)

LARISIA sendiri memutuskan untuk memberi nama perusahaannya "Laris Iya", yang jika digabungkan akan menjadi kalimat "LARISIA".

Logo yang digunakan sebagai identitas perusahaan adalah sebagai berikut:



***Gambar 1.1 Logo LARISIA***

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Logo LARISIA mengambil *background* dengan warna kuning dikarenakan warna kuning memiliki arti seperti yang dihimpun dari laman *Bourn Creative* penulis yaitu [warna](#) kuning memiliki beberapa penjelasan seperti; optimisme, kecerdasan, kesetiaan, kesenangan dan harapan dari subjek yang menggunakannya. Dengan arti makna yang sudah dijelaskan, penulis berharap dapat membangun kepercayaan dengan konsumen dan setia dalam melayani konsumen agar konsumen mendapatkan pengalaman yang bahagia saat memasuki toko

Sementara itu, lambang padi mengartikan bahwa semua produk yang tersedia di LARISIA sebagian besar bersal dari gandum dan gandum sendiri memilki arti kebaikan. Kemudian warna emas dalam gandum mengesankan keeleganan.

Logo LARISIA bertuliskan "*Delicate Taste*", yang menunjukkan komitmen LARISIA untuk menghasilkan produk yang lezat dan berkualitas.

### **1.1.3. Identitas Bisnis**

Identitas merupakan indikasi yang membedakan antara satu badan usaha dengan badan usaha lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Menurut becakmabur.com (2012) Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda, identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah

branding perusahaan tercipta. Penulis ingin LARISIA menjadi tempat yang paling disukai dan dicari oleh target pasarnya, khususnya di daerah Jakarta Selatan.

LARISIA adalah perencanaan bisnis yang termasuk dalam kategori bisnis yang sudah ada atau *existing business*.

Berikut adalah informasi lokasi Larisia:

|                 |   |
|-----------------|---|
| Nama usaha      | : Larisia <i>Bakery and Cafe</i>  |
| Alamat          | : Jalan Tebet Timur Dalam Raya No.125,<br>RT5/RW6,Kec.Tebet,KotaJakarta Selatan |
| Kategori Bisnis | : Usaha Makanan   |
| Pemilik Usaha   | : Edwin Tateley   |

Berikut adalah gambar dan lokasi dimana usaha ingin didirikan:



***Gambar 1.2 Lokasi di Jalan Tebet Timur Dlm Raya No 125***

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024



***Gambar 1.3 Lokasi Parkir LARISIA***

Sumber : Google , 2024



***Gambar 1.4 Bagian Dalam LARISIA***

Sumber : yummyadvisor.id



***Gambar 1.5 Peta lokasi LARISIA***

*Sumber: Google Maps, 2024*

## **1.2 Visi dan Misi**

Visi melibatkan nilai-nilai, aspirasi, dan gambaran konkret tentang keadaan yang diinginkan di masa mendatang, didefinisikan sebagai gambaran atau pandangan jangka panjang tentang tujuan atau keadaan yang diinginkan di masa depan. Misi adalah pernyataan yang menggambarkan tujuan utama atau orientasi jangka panjang sebuah organisasi. Misi ini mencerminkan nilai-nilai inti, tujuan strategis, dan arah umum perusahaan

### **VISI**

“LARISIA menjadi toko roti dan kue yang dikenal dan disukai di wilayah Jakarta dengan produk berkualitas.”

## MISI

- a) Menyediakan produk yang konsisten dalam hal kualitas dan konsistensi pada setiap tampilan dan rasa.

Artinya LARISIA berkomitmen untuk menyajikan produk terbaik kepada pelanggan dengan kualitas yang konsisten.

- b) Melayani setiap konsumen dengan sepenuh hati agar merasa nyaman

Ini menekankan pentingnya pengalaman pelanggan, LARISIA memberikan layanan yang ramah dan responsif.

- c) Menyediakan fasilitas dan tempat yang nyaman, bersih, aman dan rapih

Menunjukkan komitmen LARISIA terhadap lingkungan fisik dengan cara selalu memastikan area toko bersih dan nyaman untuk pelanggan.

- d) Meningkatkan kualitas produk dengan berinovasi dan mengikuti perkembangan zaman.

Pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar, perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk dengan berinovasi.

### **1.3 Gambaran Umum Model Bisnis**

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012), *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama yang digunakan untuk mendefinisikan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Konsep Business Model Canvas sangat cocok untuk bisnis yang sudah berjalan karena dapat membantu mereka menjelaskan dan menggambarkan model



bisnis yang sederhana, kemudian mengubahnya untuk menghasilkan strategi baru. Untuk menyelesaikan proses desain Business Model Canvas, sembilan blok bangun dibuat. Blok-blok ini mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, hubungan pelanggan, jalur, sumber daya penting, kegiatan penting, kolaborasi penting, dan struktur biaya.

### The Business Model Canvas



**Gambar1. 6 Business Modal Canvas**

Sumber: Olahan Penulis (2024)

## 1.4 Analisis SWOT

Dr. Freddy Rangkuti M.Sc. menjelaskan SWOT sebagai analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membuat strategi layanan. Analisis ini didasarkan pada logika dan dapat memaksimalkan peluang untuk mengatasi kelemahan dan ancaman (RANGKUTI, 2005). Kemudian analisis SWOT sendiri diciptakan oleh Albert Humphrey sebagai strategi untuk merencanakan dan merancang rencana kerja. Tujuan bisnis dimaksudkan untuk memantau, mengembangkan, dan mengevaluasi rencana bisnis baik internal maupun eksternal dengan tujuan meningkatkan kemampuan dan kemampuan sumber daya (Abdurohim, 2021; Parmansyah, 2022). Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) mencakup empat elemen penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan: kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Adapun poin-poin yang penulis lampirkan untuk analisis *SWOT* sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Analisis SWOT**

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2024

| SWOT                    | Strengths ( Kekuatan)  | Weakness (Kelemahan)  |
|-------------------------|--|---|
|                         | 1. Menggunakan bahan yang berkualitas<br>2. Variasi rasa produk <i>cake</i><br>3. Lokasi bisnis yang strategis | 1. Kurangnya sumber daya manusia<br>2. Manajemen bersifat kekeluargaan.<br>3. Tenaga pemasaran yang belum optimal |
| Opportunities (Peluang) | Strategi SO  | Strategi WO   |

| 1. Pemasaran online<br>2. Kemitraan dengan perusahaan lain<br>3. Memanfaatkan tren produk yang terus berkembang                   | 1. Menjaga kualitas penjualan produk<br>2. Membuat varian rasa dari produk dengan memanfaatkan rasa yang disukai masyarakat<br>3. Menjaga hubungan baik dengan konsumen. | 1. Menjaga hubungan baik dengan konsumen.<br>2. Memperluas pangsa pasar di kawasan Jakarta<br>3. Memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk                 |
|---|--|--|
| Threats ( Ancaman)  | Strategi ST  | Strategi WT  |
| 1. Harga bahan baku yang tidak stabil dan menentu<br>2. Adanya persaingan dengan toko modern<br>3. Keberadaan produk yang sejenis | 1. Membeli langsung bahan untuk produksi dari supplier terpercaya<br>2. Mempertahankan cita rasa dari sebuah produk<br>3. Berinovasi dalam mengembangkan produk          | 1. Meningkatkan manajemen dalam perusahaan<br>2. Mempertahankan kemitraan dengan bank dan Perusahaan lain untuk perkembangan usaha<br>3. Meningkatkan kualitas SDM |

#### A. *Strength*:

##### 1. Menggunakan bahan yang berkualitas

Bahan-bahan berkualitas sangat penting untuk membuat produk berkualitas dapat memastikan bahwa produk memiliki rasa yang konsisten dan meningkatkan daya tahan produk.

##### 2. Variasi aneka produk *cake*

Menawarkan berbagai variasi *cake* untuk produk *cake* dapat menjadi kekuatan besar bagi perusahaan. Dengan variasi rasa, LARISIA dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan selera yang berbeda-beda dan memungkinkan untuk mengeksplorasi pasar yang lebih luas.

##### 3. Lokasi bisnis yang strategis di kawasan Tebet

Kawasan Tebet di Jakarta adalah lokasi bisnis yang strategis karena mudah diakses. Dengan lokasinya di tengah-tengah kota dan dekat dengan pusat bisnis

dan perkantoran, ini adalah tempat yang strategis untuk berbisnis Tebet memiliki pasar potensial yang besar karena populasinya yang padat dan beragam.

B. *Weakness:*

1. Manajemen bersifat kekeluargaan

Manajemen yang bersifat kekeluargaan seringkali memprioritaskan hubungan pribadi dan kepentingan pribadi. Ini dapat menimbulkan masalah seperti ketidakjelasan, pengambilan keputusan yang tidak objektif.

2. Kurangnya SDM

Kurangnya jumlah sumber daya manusia (SDM) dapat menjadi hambatan sbagi kemajuan dan keberlanjutan bisnis. Ini dapat mencakup kekurangan keterampilan, pengetahuan, atau pengalaman yang diperlukan untuk menjalankan operasi dengan efisien

3. Tenaga pemasaran yang belum optimal

Tenaga pemasaran yang belum optimal dapat mengurangi pemasaran produk atau layanan, yang dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis

C. *Opportunity:*

1. Memanfaatkan pemasaran online

Memanfaatkan pemasaran online dan layanan pengiriman dapat membuka peluang untuk menjangkau pelanggan di luar area pusat kota.

2. Kemitraan dengan perusahaan lain

Adanya kerja sama antara perusahaan dalam penjualan produk dapat meningkatkan pangsa pasar yang ada.

### 3. Memanfaat tren produk yang terus berkembang

Bisnis dapat tetap relevan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan mengikuti tren produk. Dengan memahami apa yang sedang populer atau dibutuhkan oleh pasar, bisnis dapat mengarahkan upaya mereka untuk membuat atau menyediakan produk yang diminati.

## D. *Threat*:

### 1. Harga bahan baku yang tidak stabil dan menentu

Untuk bisnis, ketidakstabilan harga bahan baku dapat menjadi masalah yang signifikan karena dapat mengganggu perencanaan anggaran dan mengurangi jumlah produk yang diproduksi.

### 2. Adanya persaingan dengan toko modern

Adanya toko modern dapat menjadi ancaman, ini membuat perusahaan harus tetap memasarkan produk yang berkualitas dan memberikan pengalaman baik kepada konsumen.

### 3. Keberadaan produk yang sejenis

Dalam situasi seperti ini, perusahaan harus memberikan nilai tambah kepada pelanggan, menekankan keunggulan unik produk, atau menggunakan strategi pemasaran untuk membedakan produk mereka dari pesaing. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar,

perencanaan produk yang cermat dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan sangat penting.

#### 1. *Strength* (kekuatan) – *Oppurtinities* (peluang)

Hubungan antara kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) dalam sebuah bisnis sangat penting dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk. Perusahaan dapat menciptakan strategi yang lebih efisien untuk meningkatkan penjualan produk dan memperluas pangsa pasar dengan menghubungkan kekuatan perusahaan dengan peluang pasar. Dengan memanfaatkan keunggulan yang dimiliki perusahaan dan menemukan peluang di pasar, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan dan memperkuat posisi kompetitifnya di pasar. LARISIA memiliki reputasi yang baik dalam menghasilkan produk, maka peluangnya adalah untuk memperluas pangsa pasar dengan memperluas promosi produk kepada masyarakat. Dengan memanfaatkan reputasi yang baik dalam kualitas produk, perusahaan dapat menarik minat pelanggan baru dan meningkatkan loyalitas pelanggan yang sudah ada.

#### 2. *Weakness* (kelemahan) – *Oppurtunities* (peluang)

Sangat penting bagi bisnis untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Ini mencakup pelayanan yang ramah dan responsif, mendengarkan keluhan dan masukan pelanggan, dan menyelesaikan masalah. Komunikasi yang efektif dengan pelanggan, baik melalui layanan pelanggan, media sosial, atau saluran lainnya, membantu

mempertahankan loyalitas pelanggan dan menciptakan citra positif tentang merek atau perusahaan. Riset pasar menyeluruh diperlukan untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di wilayah Tebet agar dapat memperluas pangsa pasar. Setelah itu, untuk menarik perhatian pelanggan lokal, strategi pemasaran dan penjualan dapat disesuaikan.

### 3. *Strength* (kekuatan) – *Threats* (ancaman)

Bekerja sama langsung dengan pemasok yang terpercaya dapat memastikan bahwa bahan baku yang perusahaan beli berkualitas tinggi dan sesuai dengan standar yang diinginkan. Mengikuti perubahan jaman adalah salah satu perusahaan untuk mengembangkan produk dengan cara terus berinovasi. Ini melibatkan penelitian terus-menerus tentang tren pasar, permintaan konsumen, dan kemajuan teknologi. Untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan menemukan celah atau peluang di pasar untuk produk baru, perusahaan dapat melakukan riset pasar.

### 4. *Weakness* (kelemahan) – *Threats* (ancaman)

Untuk meningkatkan manajemen perusahaan, harus meningkatkan keterampilan manajerial, meningkatkan proses bisnis, dan meningkatkan efisiensi operasional dengan cara melakukan program pelatihan dan pengembangan untuk karyawan, kemudian dapat mengevaluasi bisnis saat ini untuk menentukan bagian manajemen yang perlu ditingkatkan. Perkembangan usaha juga dapat didukung dengan cara berkolaborasi

dengan mitra untuk mengidentifikasi peluang baru, mengatasi tantangan bersama, dan memperluas jangkauan pasar.

### 1.5 Spesifikasi Produk

Menurut Tjiptono, F (2008) “Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh atau keinginan pasar yang bersangkutan”.

LARISIA adalah usaha bisnis kuliner khususnya *bakery and cake* yang beroperasi di kawasan Tebet, LARISIA sendiri terkenal dengan toko yang menjual berbagai jenis kue jajanan pasar, aneka roti dan cake. LARISIA memiliki *chiffon cake* sebagai produk *best seller* yang sangat diminati oleh pelanggan, *chiffon cake* adalah kue yang bertekstur ringan dan lembut. Variasi rasa yang tersedia untuk *chiffon cake* adalah *chiffon pandan* dan *chiffon lemon* selain *chiffon cake* yang menjadi produk unggulan, LARISIA juga menyediakan berbagai jenis kue lainnya seperti kue marmer yang memiliki pola marmer yang cantik dengan kombinasi rasa coklat dan *vanilla*, kue Lapis Surabaya kue ini terdiri dari tiga lapisan, biasanya dua lapisan berwarna kuning dan satu lapisan coklat di tengahnya dan kue *Ontbijtkoek* kue rempah yang memiliki tekstur lembut namun agak padat, kue ini biasanya dibumbui dengan rempah-rempah seperti kayu manis, cengkeh, dan jahe.



Dengan adanya variasi rasa kue ini akan menjadi daya tarik sendiri bagi pelanggan setia dan juga akan menarik minat pelanggan baru yang mencari pengalaman rasa yang baru dan menarik. LARISIA berharap dapat terus memenuhi ekspektasi pelanggan dan mempertahankan posisi kami sebagai toko kue pilihan dengan menawarkan varian rasa yang beragam.



***Gambar1. 7 Display Produk LARISIA***

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2024

## **1.6 Jenis Badan Usaha**

Badan perusahaan adalah entitas legal yang secara terpisah diakui dari pemiliknya, yang dibentuk untuk menjalankan aktivitas bisnis. Ini bisa berupa perusahaan perseorangan, kemitraan, atau perusahaan terbatas (PT). Badan perusahaan memiliki keberadaan hukum yang terpisah dari pemiliknya, yang berarti mereka memiliki tanggung jawab dan hak-

haknya sendiri dalam hukum, termasuk kemampuan untuk memiliki aset, mengambil hutang, dan melakukan transaksi bisnis. LARISIA adalah bisnis yang megambil badan usaha perseorangan. Dengan beberapa alasan yaitu:

- a) Memiliki kepemilikan dan kendali penuh atas sebuah perusahaan.
- b) Dapat membuat keputusan secara langsung tanpa harus berkonsultasi dengan pemegang saham atau mitra.
- c) Dapat memproses tindakan dan pengambilan keputusan dengan cepat

### **1.7 Aspek Legalitas**

Setiap bisnis membutuhkan legalitas perusahaan. Legalitas ini berfungsi sebagai sumber informasi resmi untuk semua pihak yang berkepentingan mengenai identitas dan hal-hal yang berkaitan dengan dunia bisnis dan perusahaan yang didirikan, bekerja, dan beroperasi di Negara Republik Indonesia.

Salah satu elemen yang paling penting adalah legalitas suatu perusahaan atau badan usaha, karena legalitas merupakan identitas yang melegalkan atau mengesahkan suatu perusahaan agar dapat diakui oleh masyarakat (Fitriani, 2017).

Untuk saat ini LARISIA sudah memiliki surat izin beroperasi dari RT dan RW dan surat keterangan domisili perusahaan. Hal ini memudahkan perusahaan untuk beroperasi karena tidak adanya keluhan seperti kebisingan di sekitar rumah.

Kedepannya LARISIA akan mendaftarkan perizinan merek dagang dan juga sertifikat halal untuk membuat konsumen percaya akan kualitas produk yang disediakan

Berikut Surat Keterangan Domisili Perusahaan:

|  |                   |
|--|-------------------|
|  <b>PEMERINTAH PROPINSI DAERAH KHUSUS JAKARTA</b> |                   |
| KOTAMADYA  | : Jakarta Selatan |
| KECAMATAN  | : Tebet           |
| KELURAHAN  | : Tebet Timur     |
| Alamat : Jl. Tebet Timur Dalam III-M<br>Kode Pos : 12160<br>Telepon : (021) 8319682  |                   |

---

**SURAT KETERANGAN DOMISILI PERUSAHAAN**  
Nomor : 837 /J.824/ 2010

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

|                             |                        |
|-----------------------------|------------------------|
| Nama                        | : EDWIN LUKAS TATELEY  |
| Tempat / Tanggal Lahir      | : Jakarta / 20-07-1969 |
| Jenis Kelamin               | : Laki-Laki            |
| Agama                       | : Katholik             |
| Kewarganegaraan             | : WNI                  |
| KTP/ Tanda Lapor diri Nomor | : 09.5301.201769.0010  |

Benar pada saat ini membuka / mempunyai usaha sebagaimana terdapat di bawah ini :

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Nama Perusahaan                       | : "TOKO ROTI LAKESIA DAN CAFE"  |
| Jenis Usaha / Klasifikasi             | : Toko Roti   |
| Alamat                                | : Jl. Tebet Timur Dalam Raya No.125 RT.005 RW.06<br>Kec. Tebet Timur Kec. Tebet Jakarta Selatan |
| Status Bangunan                       | : Sewa  |
| Peruntukan Bangunan                   | : Ruko  |
| No. & Tgl IPIB                        | : - / -   |
| Akta Pendirian Perusahaan             | : Notaris : -<br>Nomor : - Tgl. 25/11/2010  |
| Jumlah Karyawan                       | : 3 Orang   |
| Penanggung Jawab/ Pimpinan Perusahaan | : EDWIN LUKAS TATELEY   |

Demikian Surat Keterangan Domisili Perusahaan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan berlaku sampai dengan tanggal 25-11-2011

Tanda tangan Yth



**EDWIN LUKAS TATELEY**

Jakarta, 25 November 2010  
di Tebet Timur



**Drs. H. Zuhri Tambuli MSi**  
NIP: 195802091985031006

Nomor : 413/1.842.6/2010  
Tanggal : 25 November 2010  
Mengetahui :  
Camat : Tebet



**RAJIB RAYUD**  
NIP : 195802091985031006

**Gambar1. 8 Surat Keterangan Domisili Perusahaan**

