

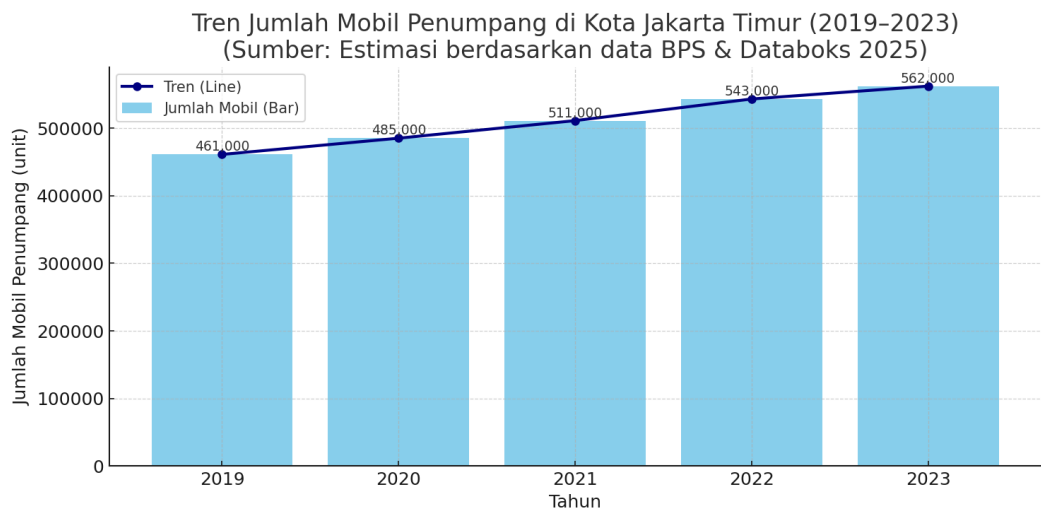
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern telah mengubah pola hidup masyarakat, terutama di wilayah perkotaan. Mobil pribadi tidak hanya menjadi alat transportasi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup, status sosial, dan kebutuhan mobilitas sehari-hari. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia, khususnya mobil penumpang, terus mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya.

Gambar 1. 1 Data BPS



Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Di sisi lain, tuntutan pekerjaan dan gaya hidup serba cepat menyebabkan banyak pemilik kendaraan tidak memiliki cukup waktu untuk membawa mobil mereka ke tempat pencucian. Antrian panjang, jarak yang jauh, dan keterbatasan

waktu menjadi kendala utama dalam melakukan perawatan kendaraan secara rutin. Hal ini menjadi celah pasar yang besar untuk dikembangkan menjadi sebuah peluang bisnis.

Menanggapi kebutuhan tersebut, muncul inovasi dalam bentuk layanan cuci mobil berbasis *home service*, yaitu jasa pencucian mobil yang dilakukan langsung di lokasi pelanggan, baik di rumah, kantor, maupun tempat parkir lainnya. Konsep ini menawarkan kenyamanan, efisiensi waktu, dan fleksibilitas tinggi yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat urban masa kini. Di tengah meningkatnya kesadaran terhadap kebersihan, apalagi pasca pandemi COVID-19, layanan seperti ini menjadi semakin relevan dan dicari.

Berdasarkan dari kondisi dan peluang tersebut, usaha "*Come n Wash*" dirancang sebagai layanan cuci mobil dan *detailing home service* yang profesional, praktis, dan ramah lingkungan. Dengan mengusung konsep layanan *on-demand*, "*Come n Wash*" memberikan kemudahan bagi pelanggan untuk memesan layanan kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi atau platform digital lainnya. Selain pencucian mobil standar, "*Come n Wash*" juga menawarkan layanan *detailing* ringan, perawatan interior, serta penggunaan bahan pembersih yang hemat air dan tidak merusak lingkungan.

Layanan ini tidak hanya menjawab kebutuhan akan kendaraan yang bersih dan terawat, tetapi juga memperhatikan aspek kenyamanan, keamanan, dan efisiensi waktu bagi pelanggan. Ditambah dengan peningkatan tren digitalisasi dalam sektor jasa, peluang pengembangan bisnis ini sangat terbuka lebar,

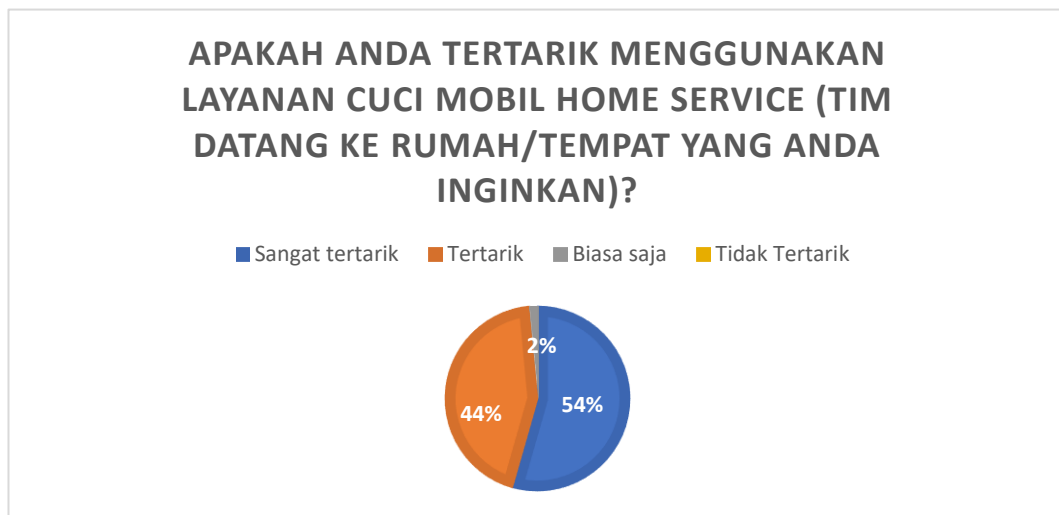
terutama jika didukung dengan strategi pemasaran yang tepat dan operasional yang efisien.

Penyusunan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang business plan dari usaha “*Come n Wash*” secara komprehensif. Rencana bisnis ini akan mencakup berbagai aspek, seperti analisis peluang pasar, strategi pemasaran dan promosi, perencanaan sumber daya manusia, aspek operasional, hingga proyeksi keuangan dan strategi pengembangan jangka panjang. Diharapkan, dengan perencanaan yang matang, usaha “*Come n Wash*” dapat menjadi solusi yang inovatif, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi dalam industri layanan otomotif, khususnya di segmen cuci mobil *home service*.

Selain itu, dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis juga melakukan wawancara dengan dua praktisi ahli yang memiliki pengalaman dalam bidang jasa cuci mobil dan *Polishing*. Keduanya menyatakan dukungan terhadap pendirian bisnis ini. Mereka berpendapat bahwa pada era modern saat ini, sebagian besar masyarakat memiliki tingkat kesibukan yang tinggi sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci kendaraan mereka secara mandiri. Bahkan ketika mereka memiliki waktu luang, proses mengantri di tempat pencucian konvensional sering kali memakan waktu lama dan kurang efisien. Oleh karena itu, hadirnya layanan seperti *Come n Wash* dinilai sangat dibutuhkan karena mampu memberikan solusi praktis bagi masyarakat yang ingin menjaga kebersihan kendaraannya tanpa harus mengganggu rutinitas harian mereka.

Selain wawancara, penulis juga melakukan penyebaran kuesioner kepada masyarakat untuk mengetahui tingkat minat dan kebutuhan terhadap layanan cuci mobil *home service*. Berdasarkan hasil survei tersebut, sebagian besar responden menyatakan ketertarikan terhadap layanan yang menawarkan kemudahan dan efisiensi waktu tanpa perlu datang langsung ke tempat pencucian. Hal ini memperkuat analisis bahwa peluang bisnis *Come n Wash* memiliki prospek yang positif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Gambar 1. 2 Diagram Ketertarikan Konsumen



Sumber: Olahan Penulis, 2025

Tabel 1. 1 Target Market *Come n Wash*

Segmen	Deskripsi	Alasan Menjadi Target
Karyawan & Profesional (Usia 25–45 tahun)	Pria/wanita yang sibuk bekerja, memiliki mobil pribadi, waktu terbatas untuk ke tempat cuci mobil.	Mereka butuh layanan praktis & cepat, rela membayar lebih untuk hemat waktu.
Keluarga Muda (Usia 30–40 tahun)	memiliki 1–2 mobil pribadi, banyak kesibukan rumah tangga & pekerjaan.	Mengutamakan kenyamanan & kepraktisan,

Keluarga dengan Mobil Lebih dari Satu	Rumah tangga yang memiliki dua atau lebih kendaraan.	Mebutuhkan layanan perawatan dan cuci mobil secara rutin tanpa harus ke tempat cuci mobil.
Orang Pensiunan (Usia 55 tahun ke atas)	Pensiunan yang memiliki mobil pribadi, lebih sering berada di rumah, mengutamakan kenyamanan dan kemudahan.	Mencari layanan praktis, sehingga layanan home service lebih sesuai dengan gaya hidup mereka.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Mobil merupakan salah satu alat transportasi yang paling umum digunakan oleh masyarakat. Hampir semua lapisan masyarakat kini memiliki kendaraan pribadi, baik itu jenis MPV, SUV, *hatchback*, *crossover*, sedan, *pickup*, truk, hingga LCGC. Dengan tingginya jumlah kepemilikan mobil, para pemilik dituntut untuk secara rutin menjaga kebersihan dan melakukan perawatan kendaraan. Perawatan yang baik akan membantu mempertahankan kondisi kendaraan dan menjaga nilai jualnya agar tidak menurun secara drastis.

Menurut Patricia, Krisantono, Darmawan, & Salim (2022) kualitas layanan dan faktor *convenience* atau kemudahan menjadi aspek penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa cuci mobil di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menuntut hasil yang bersih, tetapi juga pengalaman layanan yang efisien dan praktis. Dengan sistem layanan yang dapat dipanggil ke lokasi pelanggan, cuci mobil *home service* memberikan kemudahan tanpa perlu repot datang ke tempat pencucian mobil. Selain menghemat waktu, pelanggan juga tidak

perlu khawatir apabila cuaca buruk setelah mencuci mobil, karena proses pencucian dilakukan langsung di tempat yang aman dan nyaman, seperti di halaman rumah atau garasi.

Salah satu bisnis yang bergerak di bidang ini adalah *Come n Wash*, sebuah usaha jasa pencucian mobil dengan sistem layanan panggilan. Usaha ini berlokasi di Jl. Balai Pustaka Timur No.39 Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, dan berada di kawasan strategis yang dikelilingi oleh pemukiman padat di pusat kota.

Come n Wash beroperasi setiap hari, mulai dari Senin hingga Minggu, pukul 08.00 hingga 17.00 WIB, dan menawarkan berbagai layanan seperti:

- Cuci mobil lengkap (interior dan eksterior)
- Cuci eksterior
- Wax body mobil
- Semir ban
- Obat jamur kaca
- Poles body mobil

Dengan layanan yang fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat urban, *Come n Wash* berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dalam hal kebersihan dan perawatan kendaraan langsung di lokasi pelanggan.

Dalam pengembangan dan perencanaannya, model bisnis *Come n Wash* didasarkan pada kerangka *Business Model Canvas* (BMC) yang

dikemukakan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010). Menurut Osterwalder, *Business Model Canvas* merupakan alat konseptual yang menjelaskan secara komprehensif bagaimana sebuah organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai (*create, deliver, and capture value*). Model ini terdiri dari sembilan pilar utama, yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships*, dan *cost structure*. Melalui pendekatan BMC, *Come n Wash* dapat merancang strategi bisnis yang terstruktur dan efisien, serta memastikan seluruh elemen bisnis saling terintegrasi untuk mendukung keberlanjutan usaha.

Gambar 1.3 BMC

<p>Nama bisnis: Come n Wash Problem : Minimnya layanan cuci mobil home service di daerah Rawamangun, Jakarta Timur Solution : Membangun perencanaan bisnis cuci mobil berbasis home service yang memudahkan dan dapat diandalkan para konsumen di Jakarta Timur</p>				
<p>Key Partnership : * Strategic Alliance * Joint Ventures Influencer : 1. Supplier alat dan chemical pembersih mobil.</p>	<p>Key Activities : PROBLEM SOLVING 1. Pencucian langsung pada Lokasi yang di inginkan para pelanggan. 2. Melakukan pemasaran digital melalui social media</p>	<p>Value Proposition : MODEL : Newness, Accessibility 1. Layanan cuci mobil dan polishing tanpa konsumen harus ke datang ke lokasi. 2. Efisiensi waktu dan tenaga bagi para konsumen. 3. Paket layanan sesuai dengan kebutuhan 4. Hasil cuci yang detail dan berkualitas</p>	<p>Customer Relationship : MODEL : 1. Respon cepat melalui media Whatsapp dan social media 2. Layanan pelanggan yang ramah dan profesional. 3. Sistem review dan feedback untuk pelayanan</p>	<p>Customer Segments Model: Mass Market 1.Karyawan & Profesional Pria/wanita yang sibuk bekerja, memiliki mobil pribadi. 2.Keluarga Muda yang memiliki 1-2 mobil pribadi, banyak kesibukan 3.Keluarga dengan Mobil Lebih dari Satu 4.Orang Pensiunan yang mengutamakan kemudahan dan kenyamanan</p>
<p>Key Resources : *Physical *Human 1.Kendaraan operasional dan perlengkapan pencucian. 2.Staff pencucian yang profesional. 3.Memiliki platform digital seperti social media. 4. Peralatan dan chemical pembersihan yang berkualitas</p>	<p>Revenue Stream : Streams model : Revenue Streams model : 1. Biaya jasa cuci per paket 2. Layanan tambahan seperti detailing dan cuci kolong mobil 3. Bekerja sama dengan perusahaan</p>	<p>Cost Structure : Fixed Cost 1. Biaya operasional (BBM dan perawatan kendaraan dan mesin cuci) 2. Gaji karyawan 3. Biaya pemasaran dan iklan digital Variable cost 1. Pembelian alat cuci dan chemical</p>	<p>Channel : Direct Awareness: Media social (Tiktok,Whatsapp,Instagram) Evaluation: Whatsapp Purchase: Whatsapp, Social media Delivery: Whatsapp, Karyawan Social media Aftersales: Social media, Whatsapp, Karyawan</p>	

Sumber : Penullis 2025

2. Deskripsi Logo

Menurut Michael Bierut (2017) logo merupakan sebagai solusi grafis yang reflektif, mudah dikenali oleh masyarakat. Logo adalah simbol grafis yang mewakili identitas suatu perusahaan, organisasi, produk, atau layanan. Logo dirancang untuk mencerminkan nilai, karakter, dan tujuan dari entitas yang diwakilinya, serta untuk memudahkan pengenalan dan pengingat merek oleh masyarakat luas.

Gambar 1. 4 Logo *Come n Wash*



Sumber: Penulis, 2025

Tabel 1. 2 Makna Logo *Come n Wash*

Elemen Logo	Deskripsi
Ikon Mobil	Elemen ini melambangkan objek utama layanan, yaitu kendaraan, serta

	memberikan asosiasi langsung dengan usaha cuci mobil.
Buih Sabun	Elemen ini melambangkan kebersihan, kesegaran, dan proses pencucian yang menyeluruh.
Semprotan Air	Elemen ini melambangkan penggunaan teknologi modern, efisiensi, dan profesionalisme dalam layanan pencucian.
Tipografi " <i>Come n Wash</i> "	Tulisan " <i>Come n Wash</i> " yang diletakkan di bawah ikon utama dengan gaya huruf tebal. Elemen ini memberikan kesan sederhana, jelas, profesional, serta menghadirkan ajakan langsung kepada konsumen untuk datang.
Pemilihan Warna	Pemilihan warna biru tua digunakan untuk melambangkan kepercayaan, profesionalisme, dan ketegasan. Sedangkan warna biru muda merepresentasikan kebersihan, kesegaran, dan kenyamanan. Kombinasi kedua warna tersebut

	<p>memperkuat citra usaha sebagai layanan cuci mobil yang bersih, ramah, dan terpercaya.</p>
--	--

Sumber: Penulis, 2025

3. Identitas Produk

Identitas bisnis adalah tanda bentuk dari suatu usaha dan salah satu wujud sebuah usaha agar dapat diketahui oleh konsumen serta dapat membedakan dari kompetitor antar bisnis tersebut dengan bisnis lainnya.

Nama Usaha : ***Come n Wash***

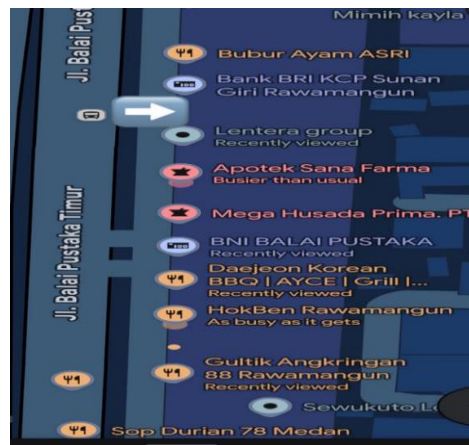
Nomor Telp. : 081297112004

Instagaram : @comenwash

Email : comenwashbussines@gmail.com

Alamat : Jl. Balai Pustaka Timur No.39 Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Gambar 1.5 Lokasi Kantor *Come n Wash*



Sumber: *Google Maps*

Alasan penulis memilih tempat tersebut dikarenakan lokasi yang strategis berada di tengah kota dan banyaknya area pemukiman di daerah tersebut, yang membuat yakin penulis bahwa daerah itu sangat berpotensi untuk bisnis cuci mobil dikarenakan sedikit nya tempat cuci mobil di daerah tersebut.

C. Visi dan Misi

Dalam sebuah organisasi, perusahaan, atau unit usaha, visi dan misi merupakan dua komponen dasar yang sangat penting sebagai fondasi dalam perencanaan strategis jangka panjang maupun jangka pendek. Keduanya berperan sebagai pedoman arah, orientasi tujuan, dan alat pengukur keberhasilan kinerja organisasi secara menyeluruh.

Menurut Sofyan Assauri (2004) visi adalah pandangan jauh ke depan tentang arah, tujuan, dan apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam jangka panjang.

Sedangkan misi adalah sesuatu yang harus diemban atau dilaksanakan oleh organisasi untuk mewujudkan visi tersebut, yaitu berupa langkah-langkah, cara, dan proses kerja yang dijalankan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

Visi adalah pernyataan umum dan mendasar mengenai apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan di masa yang akan datang. Visi mencerminkan pandangan jauh ke depan tentang arah pertumbuhan dan pengembangan organisasi, yang bersifat ideal, inspiratif, dan mampu memotivasi seluruh anggota organisasi.

Misi adalah pernyataan tentang tugas pokok, peran, atau fungsi utama dari suatu organisasi atau unit usaha dalam rangka mencapai visi. Misi mengandung makna operasional berupa langkah-langkah strategis dan tindakan nyata yang harus dilakukan untuk mewujudkan cita-cita yang telah dirumuskan dalam visi.

Visi dan Misi *Come n Wash*

Visi

Menjadi penyedia layanan cuci mobil *home service* terbaik di Indonesia dengan mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan kepuasan pelanggan.

Misi

1. Menyediakan layanan cuci dan *polishing* mobil berkualitas tinggi dengan menerapkan standar kerja yang konsisten untuk memastikan kendaraan pelanggan selalu mendapatkan perawatan terbaik

2. Menciptakan pengalaman layanan yang nyaman melalui proses pemesanan yang mudah, kehadiran teknisi tepat waktu, serta pelayanan yang dilakukan langsung di lokasi pelanggan.
3. Mengembangkan sistem pemesanan yang mudah dan cepat, baik melalui aplikasi, media sosial, maupun layanan digital lainnya.
4. Membangun tim profesional dan terpercaya melalui pelatihan rutin agar dapat memberikan pelayanan yang konsisten dan memuaskan.

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh suatu organisasi, usaha, atau proyek. Metode ini membantu pemilik usaha memahami kondisi internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi jalannya bisnis.

Menurut Kotler (2005) analisis SWOT adalah alat penting dalam merancang strategi perusahaan karena mampu memberikan gambaran menyeluruh terhadap faktor internal dan eksternal yang relevan dengan tujuan usaha.

Tujuan dari analisis ini adalah untuk menyusun strategi yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil meminimalkan kelemahan dan mengantisipasi ancaman. Berikut ini merupakan analisis S.W.O.T dari *Come n Wash*:

Tabel 1. 3 SWOT Analysis

SWOT	ANALISIS
Strengths	<ul style="list-style-type: none"> • Praktis & Hemat Waktu, pelanggan tidak perlu keluar rumah untuk mencuci mobil. • Fleksibilitas Layanan, bisa dipanggil ke rumah, kantor, atau lokasi pelanggan. • Hemat Operasional , tidak perlu biaya sewa tempat cuci mobil konvensional. • Personalisasi Layanan, bisa menawarkan paket khusus (cuci cepat, detailing).
Weakness	<ul style="list-style-type: none"> • Ketergantungan terhadap cuaca (jika hujan, layanan bisa terganggu) • Jangkauan Terbatas, hanya bisa melayani area tertentu karena kendala transportasi & waktu. • Butuh Peralatan Portabel, harus membawa peralatan yang efisien dan tidak merepotkan.
Opportunity	<ul style="list-style-type: none"> • Tingginya jumlah pemilik mobil di kota besar • Tren gaya hidup praktis, masyarakat kota semakin memilih layanan <i>on-demand</i> • Perkembangan Digital, promosi & pemesanan bisa melalui aplikasi atau media sosial. • Meningkatnya gaya hidup masyarakat yang serba instan dan efisien.
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • Munculnya kompetitor dengan konsep serupa dan harga bersaing • Kendala Transportasi, kemacetan kota besar dapat menghambat ketepatan waktu layanan. • Biaya operasional naik (BBM, alat, atau transportasi)

Sumber: Penulis, 2025

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Dalam sebuah bisnis perlu ada nya spesifikasi produk, spesifikasi ini dimaksudkan untuk memberi pelanggan informasi yang jelas dan lengkap tentang

produk/layanan, yang memungkinkan mereka untuk memahami apa yang disediakan dan apa yang dapat diharapkan dari produk atau layanan.

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam bukunya *Marketing Management*, spesifikasi produk merujuk pada rincian teknis tentang produk yang mencakup kualitas, fitur, desain, bahan, dan ukuran. Spesifikasi ini membantu konsumen untuk mengetahui apa yang mereka dapatkan dari produk tersebut dan memberikan petunjuk tentang kegunaan serta nilai yang ditawarkan. Sedangkan menurut Murdick *et al* dalam bukunya *Operations Management* (1989) menjelaskan bahwa spesifikasi produk adalah serangkaian persyaratan atau tuntutan yang mendefinisikan kualitas dan kinerja suatu produk, yang harus dipenuhi oleh pihak produsen untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Come n Wash merupakan bisnis cuci mobil dengan berkonsep *home service* yang dapat dipanggil kemanapun yang cocok untuk *customer* yang kurang punya waktu untuk membersihkan mobil nya sendiri atau *customer* yang ingin cuci yang praktis dan efisien. Berikut adalah layanan yang disediakan *Come n Wash* dan estimasi waktu pengerjaan:

Tabel 1. 4 Paket *Come n Wash*

Paket <i>Standard</i>	Paket <i>Premium</i>	Paket <i>Luxury</i>
Cuci Eksterior	Cuci Eksterior	Cuci Eksterior
Cuci Interior	Cuci Interior	Cuci Interior
Semir Ban	Semir Ban	Semir Ban
<i>Wax Body</i>	<i>Wax Body</i>	Cuci Kolong Mobil
Cuci Kolong Mobil	Cuci kolong mobil	<i>Wax Body</i>
	Obat jamur Kaca	Obat Jamur kaca
		<i>Polishing Body</i>
(±45 – 60 menit)	(±75 – 90 menit)	(±120 – 150 menit)

Sumber: Penulis, 2025

F. Jenis Badan Usaha

Sebagaimana dilaporkan oleh Kompas.com, badan usaha mengacu pada organisasi hukum yang berwenang untuk menjalankan kegiatan usaha atau komersial. Definisi ini diuraikan dalam Undang-Undang No. 3 Tahun 1992 tentang Wajib Daftar Perusahaan, serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan. Tujuan utama pembentukan badan usaha adalah untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu, seperti menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya atau memberikan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu, badan usaha dapat dimintai pertanggungjawaban secara hukum atas tindakan dan kewajibannya. Berdasarkan informasi dari OCBC, terdapat empat jenis badan usaha di Indonesia:

Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

BUMN merupakan badan usaha yang dikendalikan oleh pemerintah atau negara. Contoh dari BUMN yaitu Persero, Perum dan Perjan namun untuk perjan sudah tidak lagi digunakan karena biaya pemeliharaan yang besar.

1. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

BUMS sendiri dibagi menjadi 2 bentuk yaitu ;

- BUMS dalam negeri yang dimana pemilik modal tersebut yaitu adalah masyarakat dalam negeri.
- BUMS asing yang dimiliki oleh masyarakat luar negeri. Contoh dari BUMS adalah Perusahaan Persorangan (PO), Perseroan Terbatas (PT), Firma dan *Commanditaire Vennootschap* (CV).

2. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)

Salah satu bentuk badan usaha lainnya adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). BUMD merupakan badan usaha yang modalnya dimiliki oleh pemerintah daerah. Umumnya, BUMD beroperasi di sektor-sektor yang bersifat umum dan memegang peranan penting dalam mendukung pembangunan di tingkat daerah.

3. Koperasi

Bentuk badan usaha yang kegiatannya berdasarkan atas asas kekeluargaan dan prinsip gerakan ekonomi kerakyatan. Dalam bisnis cuci mobil *home service* penulis akan memilih Perusahaan Perseorangan dengan alasan berikut:

- Modal yang kecil.
- Kontrol penuh sebagai pemilik.
- Cocok untuk usaha yang kecil maupun menengah yang baru dimulai.

G. Aspek Legalitas

Ketika membangun sebuah bisnis atau usaha, aspek legalitas sangat penting dan krusial. Legalitas berfungsi sebagai identitas yang mengesahkan keberadaan suatu badan usaha, sehingga diakui oleh masyarakat. Oleh karena itu, legalitas harus sejalan dengan undang-undang dan regulasi yang berlaku, di mana badan usaha memiliki dokumen-dokumen yang sah di mata hukum dari pemerintah yang berwenang. Berikut ini adalah beberapa aspek yang diperlukan untuk mendirikan sebuah usaha yang memiliki legalitas:

1. Pendaftaran usaha (Nomor Induk Berusaha – NIB)
2. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
4. Pendaftaran Merk
5. Standar Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)