

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri yang sangat berkembang dengan pesat dan sangat mengikuti era perkembangan yang sedang berjalan saat ini, banyak para pengusaha berinovasi bisnis baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar dengan menerapkan keunikan konsep yang berbeda tetapi menjadi suatu trend yang menarik di era tertentu yang tentunya bisnis tersebut bersangkutan dengan pariwisata demi mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Sedangkan menurut **Mirbabayev & Sagazatova (2005)**, Pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor terbesar dan paling cepat berkembang di dunia dan merupakan yang tertinggi tingkat pertumbuhan dan perkembangan, volume masuk yang besar dari mata uang asing, infrastruktur pengembangan, dan pengenalan manajemen baru dan pengalaman pendidikan secara aktif memengaruhi sektor ekonomi, yang akan berdampak positif bagi pembangunan social dan ekonomi negara. Dapat diartikan bahwa adanya kegiatan pariwisata perlu di dukung dengan adanya daya tarik wisata di suatu daerah tujuan tersebut, perlunya ada daerah tarik wisata untuk menarik perhatian calon wisatawan untuk tertarik mengunjungi daerah tersebut. Adanya daya tarik wisata perlu tersedianya akomodasi untuk menunjang adanya kegiatan pariwisata seperti, fasilitas umum, aksesibilitas, akomodasi penginapan serta ketersediaan masyarakat untuk terwujudnya kepariwisataan.

Seiring berjalannya waktu semakin banyaknya kebutuhan pasar dan banyaknya bermunculan berbagai macam usaha jasa di daerah wisata, seperti banyaknya akomodasi hotel yang disediakan di setiap daerah, terkadang hotel saja tidak bisa memenuhi kebutuhan pasar yang perlukan, banyaknya kriteria yang diperlukan oleh keinginan konsumen dari segi harga, fasilitas, dan aksesibilitas. Pada umumnya semua kalangan masyarakat melakukan wisata pada waktu tertentu bisa akhir pekan atau musim liburan, dari aspek ini kita ketahui hotel sangat memanfaatkan pendapatan dari saat hari libur. Salah satu segmen pasar yang memiliki kemungkinan untuk melakukan kegiatan wisata karena cukup tinggi fleksibilitas waktu yang dimiliki yaitu kalangan masyarakat muda milenials, komunitas-komunitas, *backpacker traveler*, dan *influencer*. Dari kalangan wisatawan tersebut tentu saja sangat mengutamakan harga yang terjangkau dan keunikan dalam pemilihan akomodasi, namun tetap memberikan kesan kenyamanan saat menginap. Salah satu akomodasi yang cocok untuk memenuhi kriteria tersebut adalah hostel.

Menurut Trinity (2014:126) Hostel adalah tempat penginapan para *backpacker* dimana satu kamar terdiri atas beberapa tempat tidur, biasanya tempat tidur bertingkat (bunkbed). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa hostel merupakan suatu penginapan yang memaksimalkan kapasitas kamarnya dimana dapat di isi 4-6 orang sesuai dengan luas kamar yang dimiliki. Pada umumnya hostel berbentuk ruangan besar menyerupai asrama yang terdiri dari beberapa tempat tidur bertingkat, untuk kamar mandinya pun hanya disediakan terbatas, yaitu *sharing bathroom*.

Akomodasi yang diinginkan sudah pasti berada dekat dengan daerah wisata atau berada didekat aksesibilitas menuju tempat wisata. Selain itu desain dan tampilan yang unik akan menjadi pertimbangan para pengunjung karena memiliki daya tariknya tersendiri.

Selain daya tarik wisata yang dimiliki kota Bandung sangat identik dengan banyaknya kalangan komunitas motor roda dua. Tren komunitas motor bukanlah hal yang baru saja terkenal, melainkan dari tahun ketahun semakin banyaknya komunitas-komunitas riders di kota Bandung. Selain penduduk lokal sendiri banyak yang berkunjung ke kota Bandung di waktu tertentu untuk menikmati jalanan di kota bandung, banyaknya pengunjung dari berbagai kota, membuka lahan usaha yang dapat menyuplai kebutuhan wisatawan kategori ini untuk menginap.

Konsep yang akan diterapkan untuk usaha ini ialah penginapan berbentuk smart hostel dengan bangunan utamanya dengan ialah dari container besa yang di beri sedikit nuansa otomotif maka usaha inovasi ini akan bernama **COSTEL**, dengan adanya **COSTEL** membuka kesempatan pasar yang lebih luas dan memenuhi kebutuhan pasar yang saat ini beragam, di samping itu selain menjual kamar sebagai sumber utama revenue, akan disediakan satu slot tenant khusus penjualan kebutuhan otomotif serta sekaligus tempat reparasi.

Selain itu rancangan lainnya ialah *Snack bar*, bar yang menyediakan beberapa macam menu dengan layout restoran yang simple dengan sentuhan nuansa otomotif, di tempat ini juga disediakan game zone untuk mengisi waktu, seperti *billiard*, *dart*, dan *game console*.

Dengan adanya dukungan fasilitas di atas, akan dapat menambah minat terhadap bangsa pangsa yang ada dan bukan hanya komunitas-komunitas yang ada, karena tujuan utama dari usaha ini adalah penjualan kamar hostel yang didukung dengan fasilitas-fasilitas yang ada. Dengan tema smart hostel, pelayan yang akan diberikan akan sesuai dengan standar hospitality yang ada tetapi lebih mengutamakan keterdekatan pekerja dengan tamu secara semi-formal sehingga tamu backpacker yang melakukan aktivitas perjalanan dengan sendiri akan memiliki rekan atau teman untuk bersosialisasi. Dengan menciptakan pelayanan yang baik maka akan memberikan kepuasan terhadap konsumen yang akan meningkatkan kunjungan.

B. Gambaran Umum Bisnis

Bisnis akomodasi pada masa kini menjadi salah satu bisnis atau usaha yang cukup berperan penting dalam konsumsi masyarakat dalam setiap harinya. Bisnis akomodasi atau penginapan merupakan bisnis yang menghitung penjualan berupa kamar-kamar yang akan mendatangkan keuntungan untuk pemilik property, dengan tujuan untuk mempermudah kebutuhan para wisatawan dan kebutuhan akomodasinya. Pengertian bisnis menurut **Amirullah (2005:2)** “Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas/kegiatan dan institusi yang memproduksi atau mengolah barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari”.

COSTEL merupakan bisnis baru yang bergerak di bidang akomodasi penjualan penyewaan tempat tidur saja yang dikhususkan untuk wisatawan individu, adapun

tujuan dibentuknya usaha ini adalah untuk menyediakan tempat penginapan yang terjangkau dan memenuhi kebutuhan segmen pasar wisatawan individu.

a. Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan segera dibangun merupakan bisnis atau usaha yang bergerak dalam penjualan akomodasi dalam bentuk penjualan tempat tidur saja. Pada umumnya bisnis yang bergerak dalam bagian akomodasi menjual kamar untuk disewakan kepada tamu, menawarkan fasilitas yang mewah yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan tamu. Akan tetapi bisnis yang akan diluncurkan hanya menawarkan penjualan tempat tidur saja layaknya seperti kamar hostel pada umumnya, yang menjadi perbedaan dan nilai jual lebih dari competitor hostel lainnya adalah setiap tempat tidur bertepatan di dalam sleeping box atau sleeping capsule, sehingga konsumen yang berpergian secara individu dapat merakan kenyamanan, keamanan serta privacy ketika beristirahat. Selain itu nilai lebih dari usaha ini adalah fasilitas yang sedikit berbeda pada umumnya, dengan menyediakan fasilitas game zone yang dapat di nikmati oleh berbagai macam kalangan. Dan dengan dengan bangunan utama yang terbentuk dari container yang memiliki desain semi otomotif, karena akan di dukung dengan adanya pengadaan vendor bengkel, maksud dan tujuan di adakannya bengkel adalah untuk menari segmen pasar komunitas otomotif untuk datang, karena jika memasuki waktu akhir pekan banyaknya komunitas motor akan berdatangan ke kota Bandung baik komunitas yang terdapat di kota ini sendiri.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Saat membuat bisnis baru, nama bisnis tersebut menjadi faktor utama yang mendukung dan mempengaruhi jalannya bisnis. Nama perusahaan akan menjadi citra terhadap perusahaan baik dari segi produk atau layanan jasa yang disediakan untuk konsumen. Untuk menentukan nama perlu memperhatikan beberapa hal, yaitu nama haruslah mudah diingat oleh konsumen, dan bermakna. Makna dari nama perusahaan tersebut harus mengandung gagasan atau pesan yang mencerminkan produk atau jasa yang ditawarkan. Nama perusahaan yang akan didirikan diambil dari dua buah kata yaitu **Container** dan **Hostel** yang disingkat menjadi **COSTEL**. Kata **container** yang digunakan mengandung makna akomodasi yang menggunakan bahan dasar bangunannya terbuat dari container bekas, yang menggunakan container bekas untuk memanfaatkan container yang sudah tidak dipakai menjadi sesuatu terobosan yang baru dan kata **Hostel** yang berarti produk yang ditawarkan adalah akomodasi yang menyediakan tempat tidur saja seperti hostel pada umumnya. Dengan nama tersebut penulis yakin dapat menyampaikan pesan bahwa sudah memenuhi beberapa aspek, sehingga dapat menyampaikan pesan dan harus mencerminkan dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Selain dari pada nama hal yang perlu diperhatikan adalah logo yang merupakan faktor penting bagi suatu bisnis. Logo perusahaan akan menjadi tampilan atau image yang akan terlebih dahulu di pandang. Dalam menentukan logo perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa aspek, yaitu logo haruslah mudah diingat oleh masyarakat, logo mencerminkan produk dan pelayanan yang ditawarkan, dan memiliki

makna yang mudah di mengerti oleh masyarakat umum. Berikut adalah logo dari **COSTEL** yang di buat dengan memperhatikan aspek-aspek yang telah disebutkan.

Gambar 1.1

Logo COSTEL



Sumber: Olahan penulis, 2020.

Logo tersebut memiliki makna dan arti yang kompleks terhadap bisnis ini. Dengan di awali dengan logo yang membentuk lingkaran, dengan adanya lingkaran bermaksud akan kebulatan tekad perusahaan dalam menentukan tujuannya. Sedangkan gambar seseorang yang sedang memanah yang berartikan selalu menampung aspirasi para konsumen untuk bergerak kedepan, maju, dan berkembang guna memenuhi kebutuhan pasar. Perpaduan warna emas dan hitam melambangkan kesuksesan dan kemakmuran yang akan di raih, tampilan elegan yang akan perusahaan tampilkan, dan tidak luput memberikan kesan yang klasik dan santai.

c. Identitas Bisnis

Bisnis ini rencananya akan di bangun di Kota Bandung yang bertepatan di alamat Jalan Dr. Setiabudi, kecamatan Hegarmanah, kota Bandung. Penulis memilih tempat tersebut untuk membangun bisnis dikarenakan lokasi yang cukup strategis, dekat menuju daerah wisata kota lembang dan tidak jauh menuju gerbang tol an pusat perkotaan. Penulis juga memikirkan mengenai aksesibilitas yang mudah untuk mempermudah konsumen untuk menuju tempat akomodasi yang direncanakan.

C. Visi dan Misi

Sebuah perusahaan nampaknya sangat wajib memiliki visi dan misi untuk usahanya sendiri, visi dan misi biasanya dengan mudah kita dapat menemukannya dalam suatu organisasi maupun lembaga tertentu. Dengan adanya visi misi suatu lembaga menjadi tahu akan arah yang di tuju oleh organisasi tersebut, serta dapat mengetahui cara untuk mewujudkannya dengan baik. Menurut **Wibisono (2006:43)**, visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Atau dapat dikatakan bahwa visi merupakan pernyataan *want to be* dari organisasi atau perusahaan. Visi juga merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Dan untuk misi Menurut Wheelen sebagaimana dikutip oleh **Wibisono (2006:46-47)** Misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Adanya visi misi

suatu perusahaan akan mempermudah perusahaan untuk menentukan tujuannya, dengan sudah adanya tujuan perusahaan pun sudah tahu cara yang akan di tempuh untuk menggapai tujuan atau target yang telah ditentukan, bersangkutan dengan teori di atas, usaha **COSTEL** memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

“Menjadi penyedia jasa akomodasi berbasis hostel berkualitas tinggi dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang berkualitas.”

MISI

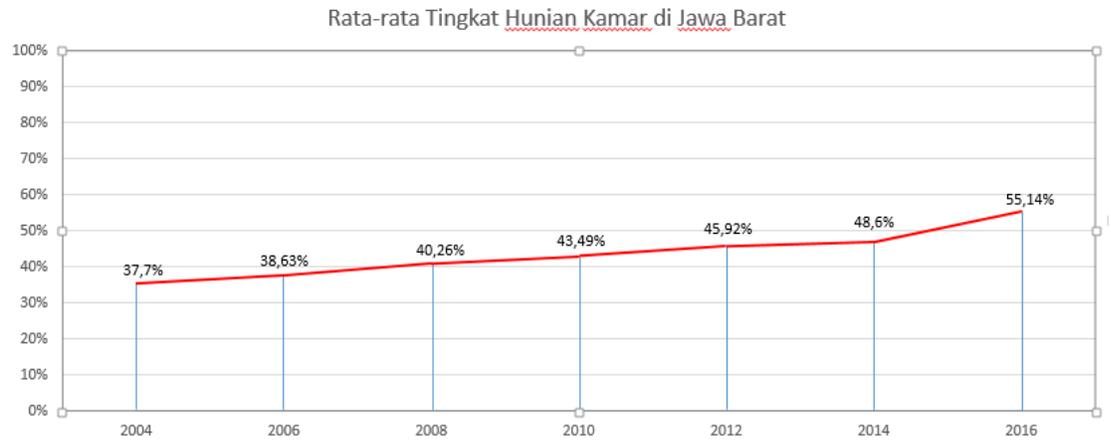
- Memberikan pelayanan yang berkualitas dan selalu menjaga kepuasan konsumen.
- Membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar serta melakukan pengembangan sumber daya.
- Selalu memberikan inovasi terbaik agar menjadi acuan dalam perkembangan akomodasi di era modern.

D. SWOT Analyst

Ketika melakukan rancangan usaha bisnis yang baru, analisi sangat perlu dilakukan sebagai acuan dan perbandingan seberapa besar kesempatan dan peluang yang di miliki untuk membangun suatu bisnis baru. Analisa dilakukan terhadap perusahaan yang dapat di anggap sebagai kompetitor terhadap usaha yang akan akan di buat, selain itu analisis dilakukan kepada pesaing yang memiliki pangsa pasar yang

sama agar dapat menentukan target pasar dengan membuat risiko dan kelemahan perusahaan seminimal mungkin. Untuk menentukan strategi bisnis yang akan di jalani, pastinya harus dilakukan terlebih dahulu analisa yang akurat dan tepat. **Kotler & Armstrong (2008:64)** memaparkan bahwa analisis “SWOT adalah Penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*). Peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), suatu perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk.” Teori di atas dijadikan penulis sebagai acuan untuk melakukan analisa dan mengurutkannya berubah menjadi TOWS, alasan dengan di awali dengan threat adalah agar penulis mampu mengetahui ancaman-ancaman yang akan datang saat memulai bisnis yang akan di rintis, seperti kita ketahui ancaman yang akan datang saat memulai bisnis bukan hanya dari kompetitor yang ada ancaman-ancaman akan datang dari mana saja, maka dari itu penulis harus menganalisa threat, kemudian opportunity untuk melihat kesempatan yang akan datang dalam jangka waktu yang telah ditentukan sehingga dapat memaksimalkan kesempatan yang dimiliki untuk mengembangkan bisnisnya, kemudian di susul oleh weakness yaitu menganalisis kelemahan yang dimiliki sebagai bahan evaluasi dan menyiapkan strategi untuk mengatasi kelemahan, dan yang terakhir adalah strength menganalisa kekuatan yang dimiliki oleh usaha sebagai nilai lebih dari usaha tersebut, agar mampu memanfaatkan kesempatan yang ada serta mampu mengantisipasi kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh bisnis ini. Selain teori yang dijelaskan sajian data perlu disajikan untuk membantu melakukan analisis, salah satu analisis yang akan di ambil adalah mengenai jumlah rata-rata tingkat hunian kamar di Jawa Barat.

Gambar 1.2
Rata-rata Tingkat Hunian Kamar di Jawa Barat



Sumber: Badan Pusat Statistik

Berikut adalah analisa TOWS dari usaha **COSTEL**:

Tabel 1.1
Analisis T.O.W.S COSTEL

THREATS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya akomodasi di kota Bandung yang berada di dekat setiap lokasi wisata. Dengan menawarkan harga yang lebih murah, bahkan banyak hotel yang menawarkan harga kamarnya hampir sama dengan harga kamar hostel.
OPPORTUINITY	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak kesempatan untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain yang akan membuka keuntungan usaha lebih besar.

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Tidak perlu memerlukan modal yang tidak terlalu banyak untuk melakukan promosi karena akan adanya volume pengunjung milenials yang besar 3. Membuka lapangan kerja yang baru.
WEAKNESS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki desain kamar yang minimalis, apabila di pasarkan melalui lini masa, hanya kaum <i>milenials</i> yang kemungkinan tertarik.
STRENGTHS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang cukup mudah aksibilitasnya. 2. Hostel yang cocok di untuk di kunjung oleh komunitas otomotif, kaum <i>milenials</i>, dan <i>backpacker</i>. 3. Akomodasi yang murah yang dapat menampung 4-6 orang per-kamar kontainer kecil yang dapat di sewa oleh individual atau backpacker, dan sangat memungkinkan untuk di sewa perkontainer untuk keluarga. 4. Desain hotel yang menarik walaupun bangunannya terbuat dari container bekas, dan berada dekat menuju aksesibilitas daerah wisata. 5. Memberikan pengalaman pelayanan yang baru, dengan menyesuaikan dengan keinginan tamu.

Sumber : olahan penulis, 2020

E. Spesisifikasi Produk

Produk merupakan pusat kegiatan pemasaran suatu olahan produk, karena itu hasil ini yang ditawarkan ke pangsa pasar untuk di beli dan merupakan suatu alat penunjang suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dan target yang telah ditentukan. Produk yang bagus adalah produk yang memiliki keunggulan dari produk-produk lainnya, dari segi desain, harga, kualitas, ukuran, kemasan, pelayanan, kemasan dan garansi. Tujuan dari perbedaan keunggulan tersebut ialah agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk.

Pengertian produk (product) menurut **Kotler & Armstrong, (2001: 346)** adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dengan kata lain secara pemahan subyektif produk sendiri merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh produsen sebagai usaha untuk memenuhi tujuan perusahaan dengan cara memenuhi kebutuhan konsumen, sesuai dengan kapasitas , standar, serta daya beli pasar.

Secara sepsifik produk dari **COSTEL** adalah penjualan akomodasi yang ditawarkan ialah bukan kamar seutuhnya, namun berupa sharing room seperti hostel pada umumnya yang tiap tempat tidurnya terdapat sekat seperti kapsul. Yang membedakan dari akomodasi yang lainnya adalah berbangunan utama yang terbuat dari container, dan di balut dengan desain otomotif. Selain itu produk yang ditawarkan berupa restoran yang bertemakan snack bar rencananya akan beroperasi di area hostel yang mana akan di tujukan untuk umum.

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah suatu kesatuan yang menggabungkan suatu sumber daya secara yuridis(hukum), teknis dan ekonomis yang memiliki tujuan untuk memproduksi suatu barang atau jasa untuk di jual. Tujuan utamanya adalah untuk mencari laba atau keuntungan melalui penjualan produk-produk yang dipasarkan. Terkadang badan usaha sering disamakan dengan perusahaan, namun faktanya berbeda. Perbedaan utamanya adalah badan usaha adalah suatu lembaga sementara sedangkan perusahaan adalah tempat dimana suatu badan usaha mengelola faktor-faktor produksi. Menurut **Endra Murti Sagoro (2010:1)**, Badan Usaha adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan untuk mencari laba atau keuntungan. Sedangkan menurut **UU Ketentuan Umum Pajak Indonesia** badan usaha adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, Perseroan Lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Milik Daerah, Firma, Kongsi, Organisasi Sosial Politik, atau Organisasi lainnya, lembaga badan lainnya termasuk kontak investasi kolektif dan bentuk badan usaha tetap. Setiap badan usaha memiliki karakteristik yang berbeda serta kepemilikannya ada yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara atau sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan swasta.

Berikut adalah jenis jenis badan usaha yang ada di Indonesia:

1. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Badan Usaha Milik Negara adalah suatu perusahaan yang modal usahanya berasal dari pemerintah menggunakan kekayaan Negara. Dalam sistem perekonomian Negara, BUMN adalah pelaku ekonomi secara nasional, adanya BUMN bertujuan mensejahterakan rakyat dalam beberapa sector yang ada. Berikut jenis badan usaha yang masuk ke dalam kategori BUMN:

- Perjan
- Perum
- Persero

2. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

Badan Usaha Milik Swasta adalah suatu badan usaha yang dimiliki secara individu yang keseluruhan modal usahanya berasal dari pihak swasta baik pihak swasta dalam negeri atau pihak swasta asing. Didirikannya BUMS adalah meraih keuntungan, membuka lapangan kerja baru, dan mengembangkan modal untuk usaha yang dimiliki.

Berikut badan usaha yang masuk ke dalam BUMS:

- Perseroan Terbatas (PT)
- Perusahaan Perseorangan (PT)
- Firma (FA)
- Commanditaire Vennootschap (CV)
- Koperasi

Pentingnya suatu perusahaan menentukan jenis badan usaha yang dimiliki agar mempermudah proses pengurusan izin kepemilikan usaha, yang mana setiap perusahaan harus memiliki legalitasnya tersendiri. Dalam pengoperasian bisnis yang akan dijalankan di lihat dari kepemilikan modalnya terdapat golongan ke dalam badan usaha jenis CV atau istilah lainnya adalah persekutuan komanditer yang dikarenakan perusahaan ini di bangun lebih dari satu orang dan uang dipercayakan kepada pemilik saham utama sebagai pengelolanya. Menurut **M. Fuad, Christian H, Nurlela, Sugiarto, Paulus Y.E.F (2006:12)**, di dalam pemilihan bentuk perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa hal, yaitu:

1. Jenis usaha yang akan di perdagangkan.
2. Ruang lingkup usaha.
3. Pihak yang terlibat dalam usaha.
4. Besarnya risiko kepemilikan.
5. Daftar pertanggung jawaban terhadap piutang.
6. Besarnya nominal investasi yang ditanamkan.
7. Pembagian keuntungan.
8. Jangka waktu berdirinya perusahaan.
9. Peraturan pemerintah.

CV sendiri bisa dikelompokan sesuai dengan jenis sekutunya:

1. Sekutu Plementer

Orang yang bersedia untuk memimpin dalam pengaturan perusahaan tersebut dan bertanggung jawab penuh terhadap kekayaan pribadi.

2. Sekutu Komanditer

Orang yang mempercayakan uangnya kepada pihak pemegang lainnya dan ikut bertanggung jawab terbatas dengan kekayaan yang telah di ikut sertakan terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan aspek yang tertera di atas **COSTEL** akan menggunakan jenis badan usaha CV. Sebelum terbentuknya usaha harus melakukan pengajuan perizinan usaha yang tertera di dalamnya tertera dengan rinci mengenai bentuk badan usaha itu sendiri sebagai penentu jumlah pajak yang harus dibayarkan per tahunnya ke pada daerah. Sumber dana investasi yang direncanakan dengan modal internal dan eksternal, untuk sumber dana investasi eksternal yang di peroleh dari sumber dana modal ventura.

G. Aspek Legalitas

Setiap perusahaan yang telah didirikan harus mempunyai suatu bentuk badan usahanya masing masing. Legalitas perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang memenuhi persyaratan undang-undang dinyatakan sebagai bentuk usaha yang sah, **(Muhammad, 2010:329)**. Legalitas perusahaan dapat diartikan bahwa seluruh perusahaan yang bergerak dalam bidang atau aspek apapun dapat dinyatakan perusahaan yang sah menurut hukum yang berlaku. Sebuah badan usaha yang berdiri harus memenuhi persyaratan operasional usaha apa bila usaha tersebut telah memiliki dan memenuhi persyaratan yang di perlukan dapat dinyatakan sebagai perusahaan yang telah mengantongi bukti legalitas usaha.

Bentuk- bentuk yang dapat memenuhi syarat legalitas usaha yaitu nama perusahaan, merek perusahaan, akta pendirian perusahaan, rekening perusahaan, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Surat Izin Tempat Usaha (SITU), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), dan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan). Syarat-syarat tersebut menjadi bukti bahwa perusahaan yang didirikan dapat dinyatakan bahwa perusahaan tersebut mempunyai legalitas usaha dan untuk memiliki berbagai macam legalitas tersebut, perusahaan harus melakukan sejumlah prosedur yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat yang sedang berlaku saat itu. Dengan adanya legalitas usaha dapat dikatakan bahwa perusahaan bergerak dan berdiri dalam bidang apapun telah dinyatakan sah secara hukum dan mendatangkan banyak manfaat.