



## EXECUTIVE SUMMARY

CV Sandy Town adalah perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata sebagai penyedia program rekreasi berupa arena permainan untuk anak-anak. Arena permainan ini mengkombinasikan kegiatan bermain, belajar, dan juga relaksasi. Tujuan lain arena permainan anak Sandy Town adalah untuk mengasah kemampuan sensorik, motorik, serta kreativitas anak. Sandy Town menyediakan arena permainan anak dan berbagai macam aktivitas bermain dengan tema pesisir pantai dan menggunakan pasir pantai sebagai media permainannya.

Target pasar yang dituju yaitu orang tua berusia 26-45 tahun yang memiliki anak dengan rentang usia 5-11 tahun dan berdomisili di Tangerang Raya (Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, dan Kabupaten Tangerang). Untuk menjangkau target market tersebut, CV Sandy Town menggunakan rencana pemasaran digital. Hal tersebut dipertimbangkan berdasarkan preferensi dari target market yang dituju.

Lokasi yang dipilih untuk pembangunan arena permainan anak Sandy Town ini adalah Tangcity Mal, Kota Tangerang Banten. Lokasi tersebut dipilih karena letaknya yang strategis dan mudah dijangkau, serta mal juga merupakan area publik yang ramai dikunjungi oleh target market. Untuk membangun arena permainan ini, Sandy Town membutuhkan dana investasi sebesar Rp618.939.000,00. yang akan diperoleh dari dana pribadi maupun *joint venture* atau investor dengan besaran 55%, dan 45%. Rencana pengembalian modal diproyeksikan dalam 3 tahun 5 bulan setelah pembangunan bisnis.





# *BAB 1*

## DESKRIPSI BISNIS





## A. Latar Belakang


Pandemi Covid-19 telah mewabah di Indonesia sejak 2020 dan menyebabkan perubahan yang sangat besar. Beberapa peraturan ditetapkan oleh pemerintah untuk menata kehidupan masyarakat di masa pandemi, tak terkecuali dalam sektor pendidikan. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan memberlakukan kebijakan sistem Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) adalah sistem pembelajaran yang dilakukan di rumah menggunakan media daring atau luring.

Pemberlakuan PJJ atau belajar di rumah membuat anak-anak mudah lelah dan stres karena kurangnya istirahat. Pasalnya metode Pembelajaran Jarak Jauh ini membuat interaksi antara guru dan siswanya menjadi berkurang, sehingga siswa kurang memahami materi diberikan juga tugas yang diberikan oleh guru dirasa sulit untuk dikerjakan. Hal ini terbukti pada survei yang dilakukan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) dengan responden siswa dan guru pada 13-21 April 2020 di 20 provinsi dan 54 kabupaten/kota di Indonesia. Terdapat sebanyak 79,9 persen anak yang merasa stres dengan metode PJJ yang diberlakukan.

PJJ dianggap sangat melelahkan sehingga dibutuhkan cara agar anak-anak lebih rileks dan mengurangi tingkat stress. Salah satu cara untuk mengurangi tingkat stres pada anak yaitu dengan kegiatan berlibur/berwisata. Berwisata memiliki banyak manfaat untuk anak, selain mengurangi stress pada anak akibat rutinitas yang dilakukan sehari-hari, berwisata mampu mengembangkan kreativitas anak, meningkatkan daya pikir anak dengan mempelajari hal baru, melatih kemampuan sensorik, motorik dan karakter anak, hingga menjadikan anak lebih dekat dengan keluarga (halodoc, 2019).

Sejalan dengan itu berwisata dengan keluarga dan anak sedang menjadi tren baru wisata saat pandemi. Sriadijaya (dalam Tempo.co, 2020) mengatakan






bahwa terdapat beberapa tren wisata yang berubah seiring dengan penerapan adaptasi kebiasaan baru Covid-19 salah satunya adalah wisata individual. Menurutnya saat ini wisatawan cenderung memilih wisata dengan grup kecil seperti keluarga, untuk menghindari penyebaran virus Covid-19. Berwisata dengan keluarga dan anak mampu memberikan efek yang baik untuk hubungan dan juga psikologis anak.

Tren wisata keluarga ini diikuti dengan tren wisata domestik dan wisata di area terbuka. Sejak adanya pandemi Covid-19, pemerintah menganjurkan warganya untuk tidak melakukan perjalanan jauh seperti keluar kota. Sehingga saat ini wisata domestik atau destinasi wisata alam terbuka yang terdekat dipilih oleh masyarakat sebagai alternatif utama dalam melakukan wisata. Selain itu, wisata di area terbuka dianggap mampu untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19.

Namun beberapa daerah di Indonesia tidak memiliki cukup area terbuka untuk untuk dijadikan tempat wisata, salah satu contohnya yaitu Tangerang Raya. Tangerang Raya merupakan gabungan dari Kota Tangerang, Kota Tangerang Selatan, dan juga Kabupaten Tangerang (aboutttg.com, 2015). Tangerang Raya merupakan salah satu daerah yang minim ruang terbuka. Sebagai gambaran berkurangnya ruang terbuka, Toro (dalam kompas.com, 2011) menjabarkan bahwa proporsi luas Ruang Terbuka Hijau (RTH) di Kota Tangerang baru sekitar 9,8 persen.

Hal tersebut mengakibatkan masyarakat Tangerang Raya harus mencari destinasi wisata lain. Salah satu destinasi yang sering dituju oleh masyarakat adalah mal/pusat perbelanjaan. Pembangunan mal/pusat belanja sangat berkembang pesat. Di kota Tangerang sendiri, terdapat sebanyak 21 pusat perbelanjaan/mal (Statistik Neraca Wilayah Kota Tangerang, 2018). Hal ini





menunjukkan besarnya minat masyarakat untuk melakukan kegiatan wisata di mal, sehingga pertumbuhan dan pembangunan mal semakin besar.

Saat ini mal sudah menerapkan protokol kesehatan yang baik untuk menghindari penyebaran virus Covid-19. Beberapa protokol kesehatan yang diterapkan oleh mal yaitu membatasi jumlah dan waktu kunjungan, hanya memperbolehkan anak di atas 5 tahun untuk masuk kedalam area mal, menyediakan tempat cuci tangan, mewajibkan pengunjung yang datang menggunakan masker dan memiliki suhu di bawah 37°C, serta melakukan disinfeksi area mal secara berkala (covid.go.id, 2020). Dengan adanya protokol kesehatan tersebut pengunjung baik anak-anak maupun dewasa tidak perlu khawatir untuk mengunjungi mal saat pandemi.


Memperhatikan permasalahan dan peluang yang ada, penulis merancang sebuah bisnis yang dapat menjadi solusi bagi para anak-anak dan orang tua yang ingin melakukan wisata yaitu arena permainan anak *indoor* dengan nama Sandy Town. Arena permainan anak ini diharapkan dapat menjadi tempat yang aman dan menyenangkan untuk bermain anak di area perkotaan khususnya di Kota Tangerang. Arena permainan Sandy Town hadir dengan konsep berbeda dari bisnis arena permainan lainnya, karena selain menghibur arena permainan ini dapat melatih sensorik, motorik, serta kreativitas anak.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

CV Sandy Town adalah perusahaan penyedia program rekreasi berupa arena permainan untuk anak-anak. Arena permainan ini mengkombinasikan kegiatan bermain, belajar, dan juga relaksasi untuk anak-anak agar menjadi solusi yang dapat menjawab kebutuhan orang tua dan anak di masa pandemi ini. Dengan adanya arena permainan anak Sandy





Town, anak-anak bisa dengan dengan bebas melepaskan tekanan yang ada dalam diri mereka. Tujuan lain arena permainan anak Sandy Town adalah untuk mengasah kemampuan sensorik, motorik, serta kreativitas anak.

Sandy Town menyediakan arena permainan anak dan berbagai macam aktivitas bermain dengan tema pesisir pantai dan menggunakan pasir pantai sebagai media permainannya. Tema ini diambil karena pada umumnya anak-anak yang tinggal di perkotaan membutuhkan ruang bermain bebas yang berbasis alam untuk mengembangkan potensi-potensi yang tersimpan dalam diri anak tersebut, namun para orang tua memiliki kesulitan masing-masing untuk dapat mengajak anaknya bermain ke ruang bermain alam.

Pemilihan mal sebagai lokasi pembangunan bisnis ini dikarenakan lokasinya yang dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat di perkotaan, fasilitas di dalam mal sudah sangat memadai, sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa mal merupakan destinasi tujuan wisata utama masyarakat kota terutama para orang tua. Keberadaan bisnis ini diharapkan dapat menguntungkan bagi perusahaan, customer, serta pihak pengelola mal.

## 2. Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: CV Sandy Town
Tahun berdiri	: 2021
Email	: <a href="mailto:info@sandytown.com">info@sandytown.com</a>
Website	: <a href="http://www.sandytown.com">www.sandytown.com</a>
Bidang Usaha	: Pariwisata
Jenis Produk	: Usaha Arena Permainan



Lokasi : Tangcity Mal 2<sup>nd</sup> floor, Jl. Jenderal Sudirman  
No.1, Cikokol, Kec. Tangerang, Kota Tangerang,  
Banten 15117

### 3. Deskripsi Nama dan Logo

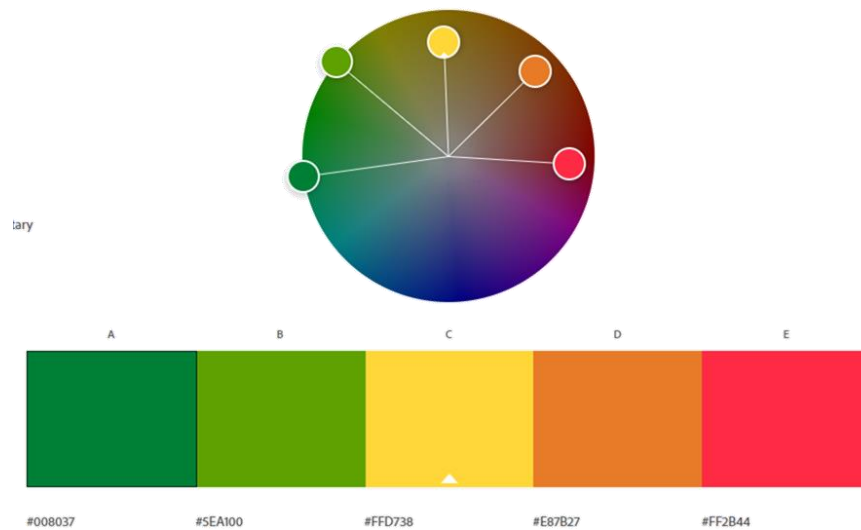


Gambar 1. 1 Logo Sandy Town

Nama Sandy Town berasal dari bahasa Inggris yang artinya kota berpasir. Makna dari kota berpasir sendiri adalah kota yang berada di pinggir laut atau pantai yang memiliki karakter tanah cenderung berpasir. Sesuai dengan namanya, Sandy Town merupakan arena bermain dengan berbagai macam jenis permainan yang bertema aktivitas di pantai.

Dalam logo tersebut terdapat gambar pohon kelapa yang merupakan simbol dari tema yang diusung yaitu pantai. Terdapat gambar anak-anak sebagai tanda bahwa arena permainan ini dikhususkan untuk anak-anak. Terdapat gambar bola pantai sebagai simbol kegiatan bermain dan juga olah raga.





Gambar 1. 2 Kombinasi Warna Logo Sandy Town  
 Sumber : [color.adobe.com/create/color-wheel](https://color.adobe.com/create/color-wheel)

Pemilihan warna logo Sandy Town menggunakan *Color Wheel Theory* dengan jenis warna analogous. Warna analogous merupakan warna yang letaknya berdekatan satu sama lain dalam suatu lingkaran warna. Kombinasi warna analogous ini memberikan warna terang dan ceria sehingga menciptakan warna yang akan terlihat harmonis. Logo Sandy Town menggunakan perpaduan yang terdiri dari beberapa warna yaitu hijau, kuning, oranye, dan pink.

Menurut Goodminds.id (2016), masing-masing warna tersebut memiliki makna khusus. Warna hijau melambangkan kesehatan kesegaran. Warna kuning melambangkan keceriaan dan kebahagiaan. Warna oranye melambangkan petualangan dan optimisme. Sedangkan warna pink melambangkan keseimbangan antara mental, fisik, emosional, dan spiritual serta melambangkan kasih sayang. Warna-warna tersebut dipilih karena sesuai dengan suasana/atmosfer yang akan dibangun oleh Sandy Town untuk anak-anak.





### C. Visi dan Misi

#### 1. Visi

Menjadikan Sandy Town sebagai arena permainan anak pilihan utama para keluarga di Indonesia yang menghibur, mendidik, sekaligus merelaksasi.

#### 2. Misi

- a. Menyediakan arena dan program bermain yang menyenangkan serta sebagai wadah pelepas stres;
- b. Menyediakan program bermain untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas anak;
- c. Menyediakan arena bermain yang berkualitas dengan harga terjangkau;
- d. Menyediakan arena bermain yang aman dengan mengedepankan *Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Sustainability (CHSE)*;
- e. Memberikan pelayanan prima kepada setiap customer dengan mengedepankan kepuasan pelanggan.

### D. SWOT Analysis

Analisis SWOT merupakan identifikasi keseluruhan lingkungan pemasaran eksternal maupun internal yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki oleh perusahaan (Kotler dan Keller, 2016: 71).

Sandy Town melakukan analisis SWOT untuk mengetahui hal apa saja yang dapat menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan juga ancaman bagi bisnis. Dengan mengetahui keempat komponen tersebut, nantinya dapat membantu Sandy Town untuk mengembangkan perencanaan strategi bisnis yang tepat.



## 1. Analisis Situasi/Lingkungan

Tujuan dari analisis situasi/lingkungan bisnis antara lain untuk mengetahui kondisi-kondisi internal dan eksternal dalam mengantisipasi perubahan lingkungan. Selain itu juga analisis digunakan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen serta mendapatkan dukungan sumber daya yang ada (Rangkuti,2006: 31).

Berikut adalah komponen-komponen analisis SWOT yang dimiliki oleh Sandy Town.

Tabel 1. 1 SWOT Analysis

<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Arena permainan anak yang berfokus pada penggabungan aktivitas anak yang menghibur, mendidik, dan juga merelaksasi</li><li>✓ Lokasi yang strategis dan merupakan sentral dari rekreasi masyarakat</li><li>✓ Memiliki SDM yan berkompeten dalam bidang edukasi anak-anak</li><li>✓ Pelopor arena permainan anak yang menggunakan tema pantai di Tangerang</li><li>✓ Mengedepankan protokol kesehatan yang ketat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Reputasi yang belum dikenal luas oleh publik</li><li>✓ Keberlangsungan bisnis bergantung dengan regulasi yang terjadi pada mal (selama pandemi)</li></ul>
<b>Opportunities</b>	<b>Threats</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Tempat bermain anak yang di Tangerang masih sangat sedikit, bahkan di Tangcity Mal belum ada</li><li>✓ Destinasi wisata alam jauh dan aksesnya kurang memadai</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Sudah terdapat banyak arena permainan anak yang terdapat di dalam mal</li><li>✓ Regulasi mal yang berubah sesuai dengan peraturan pemerintah dalam</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Perubahan tren berwisata masyarakat di masa pandemi, masyarakat lebih memilih berwisata dengan keluarga.</li> <li>✓ Tren wisata domestik</li> <li>✓ Tren wisata mal sebagai pusat rekreasi masyarakat perkotaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>menjalankan protokol kesehatan</li> <li>✓ Masih terdapat masyarakat yang tidak mau melakukan kegiatan rekreasi di mal</li> </ul>
---	---

(Sumber: Olahan penulis, 2021)

## 2. TOWS Matrix

Dengan menganalisa keempat elemen SWOT yang dimiliki Sandy Town, maka dirumuskan strategi yang akan diterapkan menggunakan Matriks TOWS. Matriks TOWS adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks TOWS dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matriks TOWS dapat menghasilkan empat set kemungkinan strategi yang dapat digunakan perusahaan (Rangkuti, 2006: 31).

Penjelasan ke-empat set strategi tersebut yaitu:

- a) Strategi SO (*Strengths – Opportunities*), perusahaan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang terdapat pada perusahaan;
- b) Strategi ST (*Strengths – Threats*), Perusahaan menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang terjadi pada perusahaan;
- c) Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*), perusahaan menciptakan strategi yang dapat meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang; serta



d) Strategi WT (*Weaknesses – Threats*), perusahaan menciptakan strategi yang dapat meminimalkan kelemahan dan juga menghindari ancaman yang akan terjadi. Dalam strategi ini perusahaan harus bersifat *defensive* atau mencegah.

Berikut adalah matriks TOWS yang dirumuskan oleh Sandy Town.

Tabel 1. 2 TOWS Matrix

<b>TOWS Matrix</b>	<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<b>Opportunities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tempat bermain anak yang di Tangerang masih sangat sedikit, bahkan di Tangcity Mal belum ada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menghadirkan aktivitas bermain yang bervariasi dan juga sesuai dengan kebutuhan customer</li> <li>✓ Memanfaatkan fasilitas yang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menggunakan media promosi yang tepat (digital dan offline) untuk menjangkau pasar dan <i>branding</i></li> <li>✓ Bekerja sama dengan pihak mal untuk</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destinasi wisata alam jauh dan aksesnya kurang memadai</li> <li>• Perubahan tren berwisata masyarakat di masa pandemi, masyarakat lebih memilih berwisata dengan keluarga.</li> <li>• Tren wisata domestik</li> <li>• Tren wisata mal sebagai pusat rekreasi masyarakat perkotaan</li> </ul>	<p>terdapat di area mal untuk menunjang kenyamanan customer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Membangun lingkungan bermain yang sehat dan aman melalui protokol kesehatan dan juga wahana yang tersertifikasi</li> <li>✓ Merekrut SDM yang berkompeten pada bidangnya dan melakukan pengembangan kemampuan secara berkala</li> </ul>	<p>menerapkan protokol kesehatan yang ketat</p>
<p><b>Threats</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah terdapat banyak arena permainan anak yang terdapat di dalam mal</li> <li>• Regulasi mal yang berubah sesuai dengan peraturan pemerintah dalam menjalankan protokol kesehatan</li> <li>• Masih terdapat masyarakat yang tidak mau melakukan kegiatan rekreasi di mal karena pandemi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Membuat diferensiasi pada produk melalui tema dan ragam aktivitas bermain</li> <li>✓ Melakukan inovasi produk berkala (aktivitas bermain)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menjalin kerja sama dengan pihak mal untuk membangun reputasi dan juga branding tentang keamanan berekreasi di mal agar masyarakat mau datang ke mal</li> </ul>

(Sumber: Olahan penulis, 2021)



### 3. Matriks Pembobotan

Setelah merumuskan indikator-indikator SWOT perusahaan, maka tahap selanjutnya yaitu pembobotan pada setiap poin dari indikator SWOT tersebut.

#### a. Strength

Tabel 1. 3 Pembobotan Strength

No	Indikator	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
1	Arena permainan anak yang berfokus pada penggabungan aktivitas anak yang menghibur, mendidik, dan juga merelaksasi	20	3	60
2	Lokasi yang strategis dan merupakan sentral dari rekreasi masyarakat	25	5	125
3	Memiliki SDM yang berkompeten dalam bidang edukasi anak-anak	10	2	20
4	Pelopor arena permainan anak yang menggunakan tema pantai di Tangerang	15	4	60
5	Mengedepankan protokol kesehatan yang ketat	30	5	150
Jumlah		100	-	415

(Sumber: Olahan penulis, 2021)



## b. Weaknesses

Tabel 1. 4 Pembobotan Weaknesses

No	Indikator	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
1	Reputasi yang belum dikenal luas oleh publik	45	4	180
2	Keberlangsungan bisnis bergantung dengan regulasi yang terjadi pada mal (selama pandemi)	65	3	195
Jumlah		100	-	375

(Sumber: Olahan penulis, 2021)

## c. Opportunities

Tabel 1. 5 Pembobotan Opportunities

No	Indikator	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
1	Tempat bermain anak yang di Tangerang masih sangat sedikit, bahkan di Tangcity Mal belum ada	30	4	120
2	Destinasi wisata alam jauh dan aksesnya kurang memadai	5	3	15
3	Perubahan tren berwisata masyarakat di masa pandemi, masyarakat lebih memilih berwisata dengan keluarga.	35	5	175
4	Tren wisata domestik	20	2	40



5	Tren wisata mal sebagai pusat rekreasi masyarakat perkotaan	10	2	20
Jumlah		100	-	370

(Sumber: Olahan penulis, 2021)

#### d. Threats

Tabel 1. 6 Pembobotan Threats

No	Indikator	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang
1	Sudah terdapat banyak arena permainan anak yang terdapat di dalam mal	25	4	100
2	Regulasi mal yang berubah sesuai dengan peraturan pemerintah dalam menjalankan protokol kesehatan	35	3	95
3	Masih terdapat masyarakat yang tidak mau melakukan kegiatan rekreasi di mal	40	4	160
Jumlah		100	-	205

(Sumber: Olahan penulis, 2021)





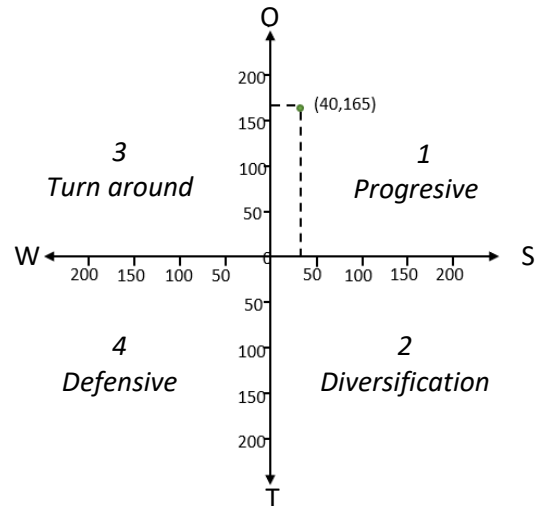
#### 4. Kuadran Nilai SWOT

Tabel 1. 7 Selisih Nilai SWOT

No	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strengths	415
2	Weaknesses	375
<b>Selisih Nilai</b>		<b>40</b>
3	Opportunities	370
4	Threats	205
<b>Selisih Nilai</b>		<b>165</b>
<b>Posisi Kuadran</b>		<b>40,165</b>

(Sumber : Olahan penulis, 2021)

Gambar 1. 3 Matriks Posisi Perusahaan




Posisi kuadran I pada matriks (positif,positif) dengan nilai (40,165). Hal ini menandakan bahwa Sandy Town memiliki kekuatan yang baik dalam menjalankan operasional bisnisnya dan juga faktor eksternal yang akan dihadapi oleh Sandy Town akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi perusahaan. Maka strategi yang akan dilakukan adalah “Progresif” (Strength-Opportunity), yaitu perusahaan dalam kondisi yang sangat baik. Perusahaan memungkinkan untuk melakukan ekspansi pasar, serta memperbesar pertumbuhan dan produksinya, dengan cara memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang eksternal yang masih luas (Rangkuti, 2006: 31).

#### E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Sandy Town merupakan arena permainan anak indoor pertama di Tangerang dengan keunikan yang ditawarkan adalah nuansa dan tema aktivitas alam yaitu pesisir pantai. Fokus dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh Sandy Town adalah aktivitas yang dapat menghibur, mendidik, serta





merelaksasi anak-anak dari tekanan yang dialami. Sandy Town menyediakan beragam aktivitas dan wahana permainan yang menyenangkan dengan harga yang terjangkau.

Aktivitas dan wahana yang akan ditawarkan yaitu Coral Reef Fishing yang merupakan aktivitas memancing ikan dalam kolam, permainan mencari harta karun/ *scavenger hunt*, aktivitas olah raga seperti voli dan futsal pantai. Selain itu terdapat *mini outbound* yang didalamnya terdiri dari permainan *flying fox*, *two ropes*, *mini wall climbing*, *cargo net*, dan jembatan tali gantung. Juga terdapat aktivitas *cooking in the tent* yaitu permainan masak-memasak dan juga aktivitas *crafting*. Untuk menunjang aktivitas dan wahana permainan Sandy Town memiliki beberapa fasilitas pendukung seperti *snack bar*, *locker*, dan juga *guide* khusus untuk menitipkan anak. Rincian mengenai produk dan fasilitas pendukung akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian pembahasan produk.


## F. Rencana Legalitas Usaha

### 1. Jenis Usaha

Bentuk badan usaha dari Sandy Town adalah CV (*Commanditaire Vennootschap*) atau biasa disebut persekutuan komanditer. Menurut pasal 19 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) bahwa CV adalah suatu persekutuan yang terdiri dari beberapa orang yang sebagian bertugas untuk menjalankan usaha dan sebagian yang lain hanya menyerahkan modal. Di dalam sebuah CV terdapat salah satu atau beberapa orang yang bertanggung jawab terhadap perusahaan tanpa batas, namun juga terdapat anggota lain yang tanggung jawabnya terbatas hanya terhadap utang-utang badan usaha sesuai dengan besarnya modal yang disertakan.

Sandy Town memilih bentuk usaha CV dengan beberapa pertimbangan, sebagai berikut:



- 
- a. Tidak ada kewajiban modal minimum yang ditetapkan pemerintah ketika mendaftarkan pendirian CV ke Kementerian Hukum dan HAM;
  - b. Sistem pembayaran pajak pada CV tidak begitu rumit. Pemerintah hanya mewajibkan pajak dari laba atau keuntungan CV pada akhir tahun atau satu kali pajak;
  - c. Proses pendiriannya yang mudah. Persyaratan yang dibutuhkan dalam pendirian CV jauh lebih sedikit dibandingkan jika memilih mendirikan PT.

### **G. Aspek Legalitas**

Berikut adalah syarat-syarat legalitas yang harus dilengkapi sebelum membangun perusahaan pariwisata berbentuk CV, yaitu:

- 1) Akta Pendirian CV;
- 2) Surat Izin Usaha Perdagangan(SIUP);
- 3) Nomor Pokok Wajib Pajak(NPWP) Perusahaan;
- 4) Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan Dan Rekreasi/Arena Permainan;
- 5) Surat Keterangan Domisili Perusahaan(SKDP); dan
- 6) Pengesahan Pengadilan Negeri.

Persyaratan-persyaratan tersebut sesuai dengan peraturan pada Pasal 16-35 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHD) tentang Prosedur Pendirian CV. Selain itu juga dilakukan kontrak dengan pihak mal sebagai penyedia venue bisnis Sandy Town.

