

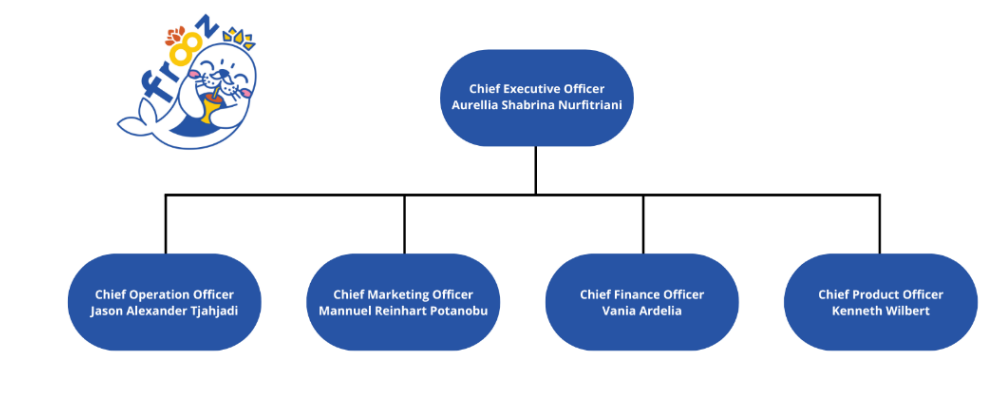
BAB II

BADAN USAHA

2.1 Bentuk Badan Usaha

Saat ini, bisnis Frooz masih berbentuk badan usaha perorangan. Artinya, kepemilikan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan sepenuhnya berada di bawah tanggung jawab satu orang pemilik. Bentuk usaha ini dipilih karena dianggap paling sederhana dari segi pendirian dan pengelolaan, serta tidak memerlukan prosedur hukum yang kompleks atau modal minimum sebagaimana yang berlaku pada badan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT) atau koperasi. Dalam praktiknya, seluruh keuntungan, kerugian, serta risiko hukum yang timbul dari aktivitas operasional Frooz langsung menjadi hak dan tanggung jawab pribadi pemilik. Dengan demikian, meskipun model ini memungkinkan fleksibilitas yang tinggi dan kontrol penuh terhadap arah pengembangan usaha, risiko usaha juga sepenuhnya dibebankan kepada pemilik, termasuk kewajiban terhadap utang-utang perusahaan yang dapat berdampak pada aset pribadi.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Frooz

Sumber: Frooz, 2024

Struktur organisasi Frooz memiliki 5 anggota kelompok yang memiliki bagian dan tugasnya masing-masing. CEO (*Chief Executive Officer*) berperan sebagai pemimpin tim yang bertugas mengoordinasikan seluruh anggota. CEO memastikan setiap divisi berjalan sesuai tujuan, mengambil keputusan strategis, serta menyiapkan tim untuk kegiatan penting seperti pitching dan pencarian pendanaan. COO (*Chief Operating Officer*) berfokus mengurus jalannya operasional sehari-hari. Mulai dari pengadaan bahan baku, logistik, hingga *quality control* produk. COO juga menjadi penghubung antara strategi bisnis dengan kebutuhan di lapangan, sekaligus aktif berkoordinasi dengan CEO, Marketing, dan Finance. CMO (*Chief Marketing Officer*) bertanggung jawab pada promosi, branding, dan pemasaran produk Frooz. Tugasnya termasuk mengatur strategi digital marketing, membuat konten promosi, mengelola media sosial, serta menarik minat konsumen melalui event maupun campaign online. CFO (*Chief Financial Officer*) bertugas mengatur keuangan bisnis, termasuk pencatatan pemasukan dan pengeluaran, penyusunan anggaran, hingga evaluasi biaya produksi. CFO bekerja sama dengan COO untuk memastikan operasional berjalan sesuai kondisi finansial dan tetap efisien. CPO (*Chief Production Officer*) berfokus pada produksi smoothies dan pengembangan produk Frooz. CPO bertanggung jawab untuk merancang varian smoothies baru berdasarkan riset pasar, menguji formulasi resep, dan memastikan inovasi produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. CPO juga memastikan rasa, kualitas, dan tampilan produk tetap konsisten dengan identitas brand Frooz.

2.3 Dokumen Legal

Frooz saat ini telah resmi memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan melalui situs *Online Single Submission* (OSS), yaitu platform perizinan usaha berbasis online yang mempermudah proses registrasi di Indonesia. NIB Frooz sendiri terdaftar atas nama Aurellia Shabrina Nurfitriani, sehingga memberikan Frooz identitas hukum yang sah sebagai usaha yang diakui negara.



Gambar 2. 2 Nomor Induk Berusaha (NIB) Frootz

Sumber: Frootz, 2024

Selain NIB, Frootz juga terdaftar dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dengan pemegang hak cipta atas nama Universitas Multimedia Nusantara. Proses pembuatan HKI dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen penting seperti, soft copy KTP dari setiap anggota dan *supervisor*, lampiran karya, deskripsi ciptaan, form pernyataan ciptaan, hingga form pengalihan hak cipta, untuk selanjutnya dikirimkan melalui email hki@umn.ac.id. Setelah itu seluruh proses pembuatan HKI akan dibantu oleh Universitas Multimedia Nusantara, sehingga dengan resmi karya Frootz mendapatkan perlindungan hukum.



Gambar 2. 3 Hak Kekayaan Intelektual Frooz

Sumber: Frooz, 2024

