

BAB II

BADAN USAHA

2.1 Bentuk Badan Usaha

Hukum merupakan suatu sistem norma dan aturan yang dibuat atau diakui oleh otoritas berwenang dalam suatu negara, dengan tujuan mengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat supaya tercipta keteraturan dan keadilan. Dalam konteks Indonesia, sebagai negara hukum yang mengadopsi sistem campuran, hukum tidak hanya sekedar aturan tertulis tetapi juga harus mencerminkan tiga nilai penting: keadilan, kepastian hukum, dan kemanfaatan bagi masyarakat (Kholifah et al., 2023). Selain itu, hukum berfungsi sebagai kerangka konseptual yang membawa sistem hukum untuk bersikap adil, konsisten, dan responsif terhadap perubahan sosial sehingga norma-norma yang menjadi dasar hukum harus mampu menyesuaikan dengan dinamika masyarakat tanpa mengabaikan asas keadilan dan kepastian (Kanti et al., 2024).

Bentuk badan usaha termasuk kedalam Hukum Perdata. Hukum perdata merupakan bagian dari hukum privat yang mengatur hubungan antara individu dengan individu lainnya mengenai hak dan kewajiban yang timbul dalam kehidupan bermasyarakat. Hukum ini mencakup peraturan-peraturan yang memberikan perlindungan terhadap kepentingan pribadi dalam berbagai aspek seperti perjanjian, kepemilikan, keluarga, dan warisan, hukum perdata memiliki fungsi penting dalam mengatur “hubungan antar individu dalam masyarakat yang berlandaskan asas keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban” (Dalila et al., 2023). Dengan kata lain, hukum perdata mengarahkan perilaku masyarakat dalam ranah keperdataan agar tercipta keteraturan dan kepastian hukum.

Bentuk badan usaha merupakan suatu kesatuan yuridis, teknis, dan ekonomis yang terdiri atas orang dan/atau modal yang secara bersama-sama menjalankan kegiatan usaha dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bentuk badan usaha dapat berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum, dan keberadaannya

memiliki konsekuensi hukum terhadap tanggung jawab, pengelolaan, serta pembagian hasil usaha. Badan usaha adalah wadah hukum yang memungkinkan individu atau kelompok untuk menyelenggarakan kegiatan ekonomi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan, di mana bentuk-bentuk badan usaha yang dapat didirikan di Indonesia meliputi perseroan terbatas, koperasi, serta bentuk lain yang diatur dalam Undang-Undang (Kasiani, 2021). Dalam konteks hukum ekonomi, badan usaha berfungsi sebagai subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban dalam menjalankan aktivitas ekonomi dan sosial, baik sebagai badan hukum yang berdiri sendiri maupun sebagai persekutuan yang tidak berbadan hukum (Theresia, 2022).

Setiap bentuk badan usaha memiliki karakteristik berbeda, terutama dalam hal tanggung jawab hukum dan pembagian modal, seperti perusahaan perseorangan yang memiliki tanggung jawab penuh tanpa batas, firma dan CV yang bersifat persekutuan, hingga Perseroan Terbatas (PT) yang berbadan hukum dan memiliki pemisahan yang jelas antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan (Theresia, 2022). Pemilihan bentuk badan usaha perlu memperhatikan aspek legalitas, kemudahan administrasi, dan kebutuhan modal karena akan berpengaruh pada keberlanjutan kegiatan usaha dan perlindungan hukum terhadap pemiliknya (Utami, 2023). Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa bentuk badan usaha merupakan entitas hukum dan ekonomi yang menjadi wadah aktivitas bisnis dalam masyarakat. Setiap bentuk badan usaha diatur oleh ketentuan hukum yang berbeda, dengan tujuan utama untuk memberikan kepastian hukum, perlindungan terhadap pelaku usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui kegiatan usaha yang sah secara hukum.

Setiap bentuk badan usaha di Indonesia memiliki dasar hukum dan ciri khas tersendiri yang menentukan status legalitas, tanggung jawab pemilik, serta cara pengelolaan usahanya. Secara umum, bentuk-bentuk badan usaha di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu badan usaha berbadan hukum dan badan usaha tidak berbadan hukum. Keduanya diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan, mulai dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

(KUHPerdata) hingga Undang-Undang sektoral yang lebih spesifik. Keberadaan bentuk badan usaha di Indonesia menjadi instrumen penting dalam sistem ekonomi nasional karena menjadi dasar bagi pelaku usaha untuk memperoleh legalitas dan perlindungan hukum dalam menjalankan kegiatan ekonomi (Kasiani, 2021).

Bentuk badan usaha perorangan atau usaha dagang merupakan entitas yang paling sederhana dan umumnya digunakan oleh pelaku usaha mikro dan kecil. Usaha ini didirikan oleh satu orang yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh aset dan kewajiban perusahaan tanpa pemisahan antara kekayaan pribadi dan kekayaan usaha. Tanggung jawab tidak terbatas menjadi kelemahan utama bentuk usaha perorangan, karena risiko kerugian dapat langsung membebani harta pribadi pemilik (Utami, 2023). Meskipun demikian, bentuk ini tetap populer karena proses pendiriannya mudah dan tidak membutuhkan akta notaris atau pengesahan badan hukum.

Sementara itu, bentuk Firma (Fa) dan Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennootschap/CV) termasuk dalam kategori badan usaha yang tidak berbadan hukum, namun sudah memiliki sistem persekutuan modal dan kerja sama antara dua orang atau lebih. Firma didirikan oleh dua sekutu atau lebih yang masing-masing bertanggung jawab penuh atas seluruh kewajiban perusahaan, sedangkan CV memiliki dua jenis sekutu, yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif (komanditer). Perbedaan mendasar antara Firma dan CV terletak pada sistem pertanggungjawaban dan keterlibatan dalam pengelolaan usaha. Firma memiliki tanggung jawab kolektif antar sekutu, sementara dalam CV, sekutu pasif hanya bertanggung jawab sebesar modal yang disetor (Theresia, 2022).

Adapun Perseroan Terbatas (PT) merupakan bentuk badan usaha berbadan hukum, di mana modalnya terbagi dalam saham, dan tanggung jawab pemegang saham terbatas pada nilai saham yang dimiliki. Pendirian PT diatur dalam *Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*, sebagaimana telah diubah melalui *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja* dan *Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2021*. Perubahan regulasi melalui kebijakan tersebut bertujuan untuk menyederhanakan proses pendirian PT, terutama bagi

pelaku usaha mikro dan kecil, agar memperoleh kepastian hukum serta kemudahan berusaha (Pratama & Turisno, 2024). Keunggulan utama PT terletak pada status hukumnya sebagai subjek hukum mandiri yang memiliki kekayaan terpisah dari pemegang saham, serta struktur organisasi yang memungkinkan pengelolaan profesional melalui direksi dan dewan komisaris.

Selain itu, bentuk badan usaha koperasi juga termasuk badan hukum yang diatur dalam *Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian*. Koperasi berasaskan kekeluargaan dan gotong royong dengan tujuan utama meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Koperasi memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi masyarakat karena tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga berlandaskan prinsip keadilan sosial dan solidaritas antaranggota, sehingga menjadi instrumen penting dalam pemerataan ekonomi di era globalisasi (Sabila & Toruan, 2024).

Pada tahap awal berdirinya, LhafCloths menjalankan usahanya sebagai perusahaan perorangan, yaitu bentuk badan usaha yang secara hukum dimiliki satu orang namun secara operasional dijalankan bersama oleh empat pendiri yaitu Livia, Hani, Anindya, dan Fitho. Masing-masing pendiri berkontribusi aktif dalam bidang desain, produksi, pemasaran, hingga keuangan, sehingga struktur operasional berbagi tanggung jawab namun formalitas badan usahanya tetap sederhana. Pemilihan bentuk perusahaan perorangan dipilih karena memberikan fleksibilitas tinggi dalam pengambilan keputusan, biaya pendirian yang rendah, serta kemudahan administrasi sesuai kebutuhan fase awal bisnis rintisan.

Seiring dengan perkembangan operasional dan peningkatan skala usaha, LhafCloths menyiapkan rencana untuk bertransformasi ke bentuk badan usaha persekutuan, yaitu CV (*Commanditaire Vennootschap*) dalam beberapa tahun ke depan. Bentuk CV akan memungkinkan pembagian peran dan modal antara sekutu aktif yang menjalankan operasional usaha dan sekutu pasif yang menyuntikkan modal, sekaligus mulai memberikan legalitas yang lebih kuat dibanding usaha perorangan. Kajian tentang badan usaha bukan badan hukum menunjukkan bahwa CV dan bentuk lain memerlukan pendaftaran formal melalui sistem administrasi

badan usaha, yang mulai diwajibkan agar memenuhi tuntutan legalitas usaha dalam ekonomi modern (Utami, 2020).

Lebih lanjut, dalam jangka waktu sekitar lima tahun ke depan, LhafCloths menargetkan untuk naik ke bentuk badan usaha berbadan hukum, yakni Perseroan Terbatas (PT). Pilihan ini didasarkan pada keunggulan PT sebagai subjek hukum mandiri dengan kekayaan yang terpisah dari pemilik, dan tanggung jawab pemegang saham yang terbatas pada nilai sahamnya—faktor yang sangat menarik untuk usaha yang ingin memperluas skala, menarik investor, atau menjalin kerja sama strategis. Dalam tinjauan yuridis terkini, pembentukan PT setelah diberlakukannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja memberikan kemudahan prosedur bagi pelaku usaha mikro dan kecil, sehingga transformasi ke PT menjadi langkah yang feasibel (Widyari & Rizka, 2024).

Dengan demikian, rencana evolusi bentuk badan usaha LhafCloths dari usaha Perorangan → CV → PT mencerminkan strategi pengembangan bertahap yang mempertimbangkan skala operasi, struktur tanggung jawab, dan kebutuhan legalitas sesuai dengan fase pertumbuhan usaha.



2.2 Struktur Organisasi

Pada saat ini bentuk usaha LhafCloths adalah Perorangan, berikut adalah struktur organisasi LhafCloths terdiri atas empat posisi utama, yaitu Chief Executive Officer (CEO), Chief Financial Officer (CFO), Chief Marketing Officer (CMO), dan Chief Operating Officer (COO). Keempat peran ini memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam mendukung keberlangsungan bisnis dan pencapaian visi LhafCloths sebagai merek batik modern dan kasual yang terjangkau bagi perempuan Indonesia.



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi LhafCloths

Sumber: Data Penulis

Chief Executive Officer (CEO) adalah pemimpin tertinggi dan bertanggung jawab atas manajemen umum. CEO bertanggung jawab atas semua operasi perusahaan, seperti akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. CEO biasanya berkonsentrasi pada profitabilitas, terutama laba per saham, saat menilai kinerja. Dalam dunia bisnis, istilah "CEO" atau "Pejabat Eksekutif Tertinggi" lebih sering digunakan, tetapi dalam sektor non-profit, istilah yang lebih umum digunakan adalah "direktur eksekutif." CEO biasanya adalah orang dengan peran strategis yang bertanggung jawab atas visi, misi, dan pengambilan keputusan penting,

termasuk membuat rencana tahunan. Di Indonesia, Chief Executive Officer (CEO) adalah bagian dari direksi yang ditugaskan oleh pemegang saham untuk mengelola dan merumuskan strategi perusahaan. CEO yang ditunjuk memiliki wewenang dalam mengambil keputusan bisnis serta bertanggung jawab atas kinerja perusahaan secara keseluruhan (Edi & Cristi 2022).

Chief Marketing Officer (CMO) adalah pejabat eksekutif puncak yang bertanggung jawab atas seluruh fungsi pemasaran dalam organisasi mulai dari pengembangan strategi merek, riset dan pemahaman pasar, komunikasi pemasaran, distribusi hingga hubungan pelanggan. CMO berperan dalam memastikan bahwa aktivitas pemasaran selaras dengan tujuan strategis perusahaan, memberikan keunggulan kompetitif melalui pemasaran yang efektif, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan perusahaan. Desain peran CMO (CMO Role Design) menjadi faktor penting yang memengaruhi efektivitas CMO, karena banyak peran CMO yang tidak ter-desain dengan baik sehingga berpotensi menghambat kinerja pemasaran (Whitler et al., 2025).

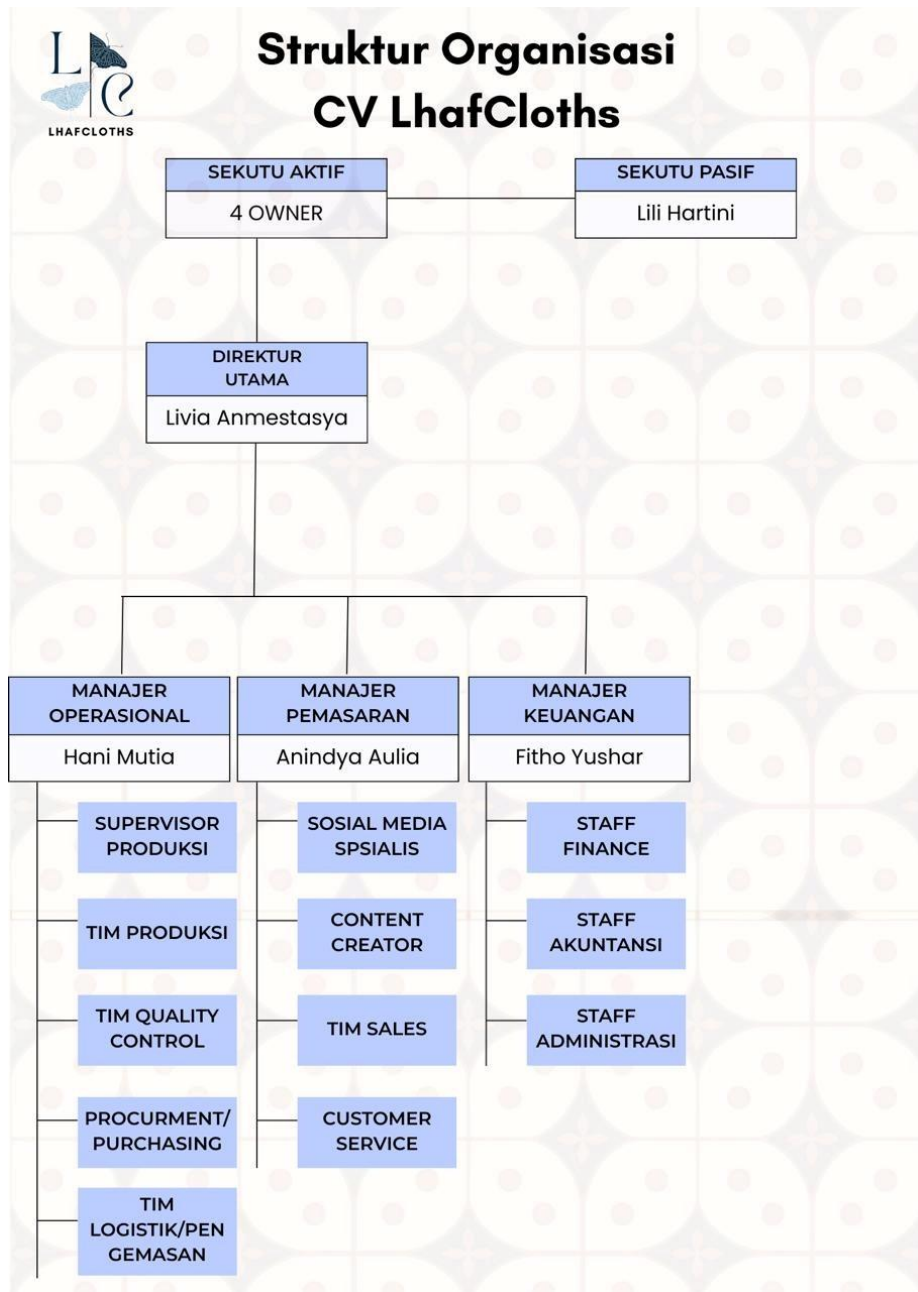
Chief Financial Officer (CFO) adalah eksekutif puncak yang bertanggung jawab atas seluruh aspek keuangan dalam sebuah organisasi, termasuk pengelolaan arus kas, penyusunan laporan keuangan, perencanaan anggaran, serta strategi keuangan jangka panjang. CFO juga berperan penting dalam memastikan stabilitas keuangan perusahaan, mengelola risiko, dan memberikan analisis strategis untuk mendukung pengambilan keputusan oleh pimpinan tertinggi. Dalam konteks modern, peran CFO tidak hanya sebatas pengelolaan keuangan, tetapi juga mencakup kontribusi terhadap inovasi bisnis dan penciptaan nilai perusahaan melalui kebijakan investasi dan efisiensi operasional (Rashid et al., 2024).

Chief Operating Officer (COO) adalah eksekutif tingkat tinggi yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional harian perusahaan untuk memastikan seluruh proses bisnis berjalan secara efisien dan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan oleh pimpinan utama (CEO). COO berperan sebagai penghubung antara strategi manajerial dan implementasi operasional, mengawasi berbagai divisi seperti produksi, sumber daya manusia, logistik, dan layanan

pelanggan. Dalam praktiknya, COO juga memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kualitas kinerja organisasi secara menyeluruh. Peran COO sangat krusial dalam menjaga stabilitas operasional dan menjadi faktor utama keberhasilan transformasi strategi bisnis menjadi hasil nyata di lapangan (Ma & Zhang, 2023).

Setelah bentuk usaha LhafCloths adalah perorangan kemudian rencana selanjutnya mau berbentuk CV. Berikut merupakan struktur organisasi LhafCloths jika berbentuk CV. LhafCloths adalah sebuah usaha yang beroperasi di sektor *fashion* dan *apparel*, dengan desain yang modern dan kasual, serta ditujukan untuk kalangan anak muda. Dengan bentuk badan usaha Commanditaire Vennootschap (CV), LhafCloths memiliki struktur organisasi yang terdiri dari dua jenis sekutu: sekutu aktif (komplementer) dan sekutu pasif (komanditer). Struktur ini dipilih karena dianggap paling cocok untuk tahap awal pengembangan bisnis, di mana pembagian modal dan tanggung jawab operasional dapat dilakukan secara proporsional antara pihak pengelola dan pihak investor.





MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2 Struktur Organsasi CV LhafCloths
Sumber: Data Penulis

Sekutu pasif adalah pihak yang menanamkan modal, juga disebut sebagai funder, dalam suatu perusahaan, tetapi tidak ikut serta dalam pengelolaan atau operasional harian perusahaan. Dia hanya dapat berpartisipasi dalam dana atau aset dengan tujuan memperoleh bagian keuntungan yang disepakati. Dalam praktiknya, sekutu pasif tidak dapat mengambil keputusan manajemen, mewakili perusahaan

dalam hubungan hukum dengan pihak ketiga, atau mengelola karyawan. Mereka juga tidak terlibat dalam kegiatan sehari-hari perusahaan, seperti pemasaran, produksi, dan pengelolaan karyawan. Sebaliknya, sekutu aktif menangani semua pengurusan dan tanggung jawab operasional. Sebagai funder, sekutu pasif berhak atas laporan atau informasi tentang kinerja bisnis untuk transparansi dan pembagian laba juga dikenal sebagai pembagian laba sesuai perjanjian. Namun, karena tidak terlibat dalam operasional, sekutu pasif juga tidak menanggung risiko pengelolaan secara langsung, kecuali sebatas modal yang disetorkan sesuai ketentuan perjanjian.

Dalam CV LhafCloths, sekutu aktif adalah pihak yang melaksanakan semua kegiatan operasional dan memiliki tanggung jawab langsung atas kelangsungan bisnis. Sekutu aktif adalah Livia Anmestasya sebagai Direktur Utama, Hani Mutia sebagai Manajer Operasional, Anindya Aulia sebagai Manajer Pemasaran, dan Fitho Yushar sebagai Manajer Keuangan. Keempat sekutu ini memiliki peran krusial dalam merancang strategi bisnis, membuat keputusan penting, serta memastikan bahwa semua aktivitas produksi dan pemasaran sejalan dengan visi perusahaan.

Dalam jabatannya sebagai Direktur Utama, Livia Anmestasya bertindak sebagai pemimpin tertinggi di CV LhafCloths yang mengarahkan seluruh aktivitas perusahaan. Ia memegang kontrol total atas keputusan strategis, pengaturan antardivisi, dan pemantauan target jangka pendek maupun panjang. Livia memastikan bahwa setiap divisi beroperasi sesuai dengan visi dan nilai brand LhafCloths sebagai label fesyen yang berkualitas, kreatif, dan dekat dengan konsumen muda.

Hani Mutia menjabat sebagai Manajer Operasional, bertugas mengelola seluruh tahapan produksi, termasuk perencanaan bahan baku, pengawasan proses penjahitan, dan kontrol kualitas produk sebelum diserahkan kepada pelanggan. Hani juga menjamin efisiensi waktu dan sumber daya sepanjang proses produksi, yang mencakup pengelolaan tim penjahit, kontrol kualitas, serta logistik dan pengemasan. Oleh karena itu, divisi operasional berfungsi sebagai pilar utama dalam menjaga kualitas dan konsistensi setiap produk yang dijual.

Dalam bidang pemasaran, Anindya Aulia memegang peran sebagai Manajer Pemasaran dengan fokus pada strategi komunikasi dan promosi untuk merek LhafCloths. Ia memimpin tim pemasaran digital yang terdiri dari Spesialis Media Sosial, Pembuat Konten, serta Tim Penjualan dan Layanan Pelanggan. Melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan e-commerce, divisi pemasaran ini berperan penting dalam membangun citra merek, meningkatkan kesadaran, dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, Manajer pemasaran bertanggung jawab untuk mengoordinasikan kampanye promosi, kolaborasi merek, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan guna meningkatkan loyalitas konsumen.

Selanjutnya, Fitho Yushar sebagai Manajer Keuangan memiliki tanggung jawab penuh atas aspek keuangan perusahaan. Ia memimpin tim keuangan dan akuntansi dalam mencatat arus kas, menyusun laporan keuangan, dan mengatur pembayaran kepada vendor serta karyawan. Di samping itu, divisi keuangan berkolaborasi dengan manajemen dalam menyusun anggaran, mengawasi pengeluaran, dan menjamin stabilitas keuangan demi kelangsungan bisnis yang berkelanjutan.

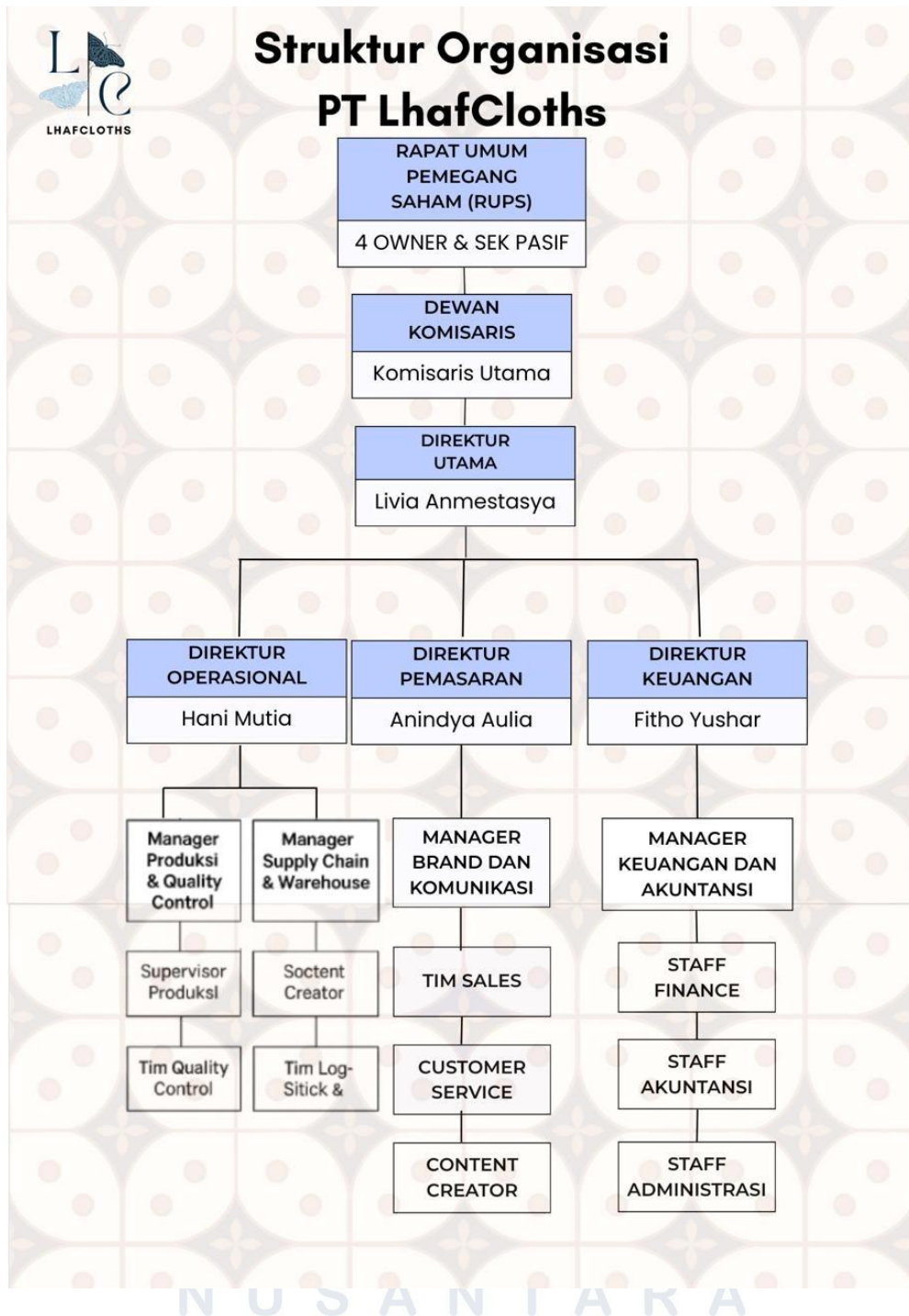
Dari segi pelaksanaan, CV LhafCloths memiliki beberapa tim pendukung yang bekerja di bawah arahan langsung para direktur dan manajer. Termasuk di dalamnya adalah Supervisor Produksi, Tim Penjahit dan Produksi, Tim Quality Control, serta Tim Logistik dan Pengemasan yang berada di bawah divisi operasional. Selanjutnya, ada Tim Content Creator, Tim Media Sosial, serta Tim Sales dan Customer Service yang berada di bawah divisi pemasaran. Di bidang keuangan dan administrasi, terdapat Staf *Finance* dan Akuntansi serta Staf Administrasi yang membantu dalam pencatatan dan pengelolaan dokumen perusahaan. Seluruh elemen tersebut berfungsi secara sinergis untuk mencapai tujuan perusahaan, yakni menciptakan produk fesyen yang berkualitas tinggi, memiliki nilai estetika, dan mampu bersaing di pasar industri kreatif.

Struktur organisasi CV LhafCloths dibangun dengan pendekatan hierarkis namun fleksibel, di mana setiap divisi memiliki garis koordinasi yang jelas dengan pimpinan tertinggi. Dengan pembagian tugas yang terstruktur, setiap individu dapat

lebih mudah memahami tanggung jawabnya dan kolaborasi antar divisi pun dapat terfasilitasi. Dengan adanya sistem yang efisien, CV LhafCloths dapat beroperasi secara profesional, memiliki arah kerja yang jelas, dan siap melakukan ekspansi menuju bentuk badan usaha yang lebih besar seperti Perseroan Terbatas (PT) di masa depan.

LhafCloths telah mengalami perkembangan signifikan, dimulai dari bentuk usaha perorangan hingga menjadi Commanditaire Vennootschap (CV), dan akhirnya bertransformasi menjadi Perseroan Terbatas (PT) untuk mencapai profesionalisme yang lebih baik, legalitas yang jelas, dan orientasi pada pertumbuhan jangka panjang. Transformasi ini dilakukan seiring dengan semakin besarnya skala bisnis, meningkatnya kompleksitas operasional, dan kebutuhan akan sistem manajemen yang lebih terstruktur dan transparan. Dalam bentuk PT, LhafCloths menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance), termasuk pemisahan antara pemilik modal, pengawas, dan pelaksana operasional. Struktur organisasi PT LhafCloths terdiri dari beberapa lapisan utama, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, Direksi, serta lapisan manajer dan operasional di bawahnya.





Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT LhafCloths

Sumber: Data Penulis

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) berada di tingkat tertinggi dan merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam perusahaan. RUPS memiliki peran sebagai pengambil keputusan utama yang menentukan arah kebijakan

strategis, menyetujui laporan keuangan tahunan, dan menetapkan langkah besar perusahaan seperti pembagian dividen, ekspansi bisnis, serta penunjukan anggota komisaris dan direksi. Dalam PT LhafCloths, RUPS terdiri dari empat pemegang saham utama, yaitu Livia Anmestasya, Hani Mutia, Anindya Aulia, dan Fitho Yushar, yang masing-masing memiliki porsi modal dan hak suara sesuai dengan kesepakatan. Dengan mengadakan RUPS, semua keputusan penting diambil secara kolektif dan transparan demi tercapainya visi dan misi perusahaan dengan baik.

Dewan Komisaris, yang berfungsi sebagai unsur pengawasan independen, berada di bawah RUPS. Dewan Komisaris di PT LhafCloths bertanggung jawab untuk memberikan nasihat, melakukan evaluasi, dan memberikan arahan terkait kebijakan yang diambil oleh Direksi. Mereka juga memastikan bahwa kegiatan operasional dilakukan dengan prinsip efisiensi, transparansi, dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku. Walaupun komisaris tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional sehari-hari, ia berfungsi untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pemegang saham dan pelaksana manajemen. Posisi Komisaris Utama di LhafCloths dipegang oleh seorang profesional eksternal yang berpengalaman dalam bisnis dan manajemen perusahaan. Hal ini memungkinkan dia untuk memberikan perspektif objektif dan strategi pengawasan yang membangun terhadap operasi organisasi.

Di tingkat selanjutnya terdapat Direksi, yang merupakan pusat pengelolaan perusahaan dan memikul tanggung jawab atas pelaksanaan operasi harian. Direksi PT LhafCloths terdiri dari beberapa direktur, masing-masing bertanggung jawab atas bidang spesifiknya. Livia Anmestasya menjabat sebagai Direktur Utama, yang berfungsi sebagai pemimpin utama perusahaan. Ia bertugas untuk merumuskan visi, misi, dan keseluruhan arah pengembangan bisnis. Direktur Utama berfungsi sebagai pengambil keputusan strategis dan wakil utama perusahaan dalam interaksi eksternal, termasuk dengan mitra bisnis, investor, dan lembaga pemerintah.

Selanjutnya, Hani Mutia mengambil peran sebagai Direktur Operasional yang bertanggung jawab atas pengawasan seluruh aktivitas produksi, logistik, dan efisiensi rantai pasok. Ia bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proses

produksi berlangsung tepat waktu dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan.

Di sisi lain, Anindya Aulia menjabat sebagai Direktur Pemasaran, yang bertanggung jawab atas strategi pemasaran, branding, dan promosi digital perusahaan. Ia memainkan peran penting dalam menjaga citra LhafCloths dan mengembangkan strategi komunikasi yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memperluas pangsa pasar.

Di sektor keuangan, Fitho Yushar memegang tanggung jawab sebagai Direktur Keuangan. Ia bertanggung jawab atas semua aspek keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pengawasan kas, pelaporan akuntansi, dan perencanaan investasi. Peran Direktur Keuangan amat penting demi kestabilan cash flow perusahaan dan agar setiap langkah kebijakan keuangan bersifat rasional dan berkelanjutan.

Di bawah Direksi terdapat struktur manajerial yang terdiri dari berbagai manajer dengan tanggung jawab spesifik. Setiap direktur bertanggung jawab atas sejumlah manajer yang mengatur kegiatan di lapangan untuk memastikan bahwa semua kebijakan strategis dapat dilaksanakan dengan baik. Contohnya, di bawah Direktur Operasional terdapat Manager Produksi dan Quality Control, Manager Supply Chain, serta Supervisor Produksi yang memastikan semua kegiatan operasional berjalan dengan baik. Di bawah Direktur Pemasaran terdapat Manager Brand & Komunikasi, Manager Digital Marketing, dan Social Media Specialist yang bertugas menjaga hubungan antara merek dan konsumen. Sementara itu, di bawah Direktur Keuangan terdapat Manager Keuangan & Akuntansi serta Manager HRD yang bertanggung jawab atas administrasi, payroll, dan aspek legal perusahaan.

Tingkat operasional merupakan lapisan terakhir, yang mencakup staf dan tim pelaksana dari berbagai divisi seperti produksi, desain, pemasaran, keuangan, logistik, dan pelayanan pelanggan. Walaupun terletak di tingkat paling rendah dalam struktur organisasi, posisi ini memiliki fungsi yang sangat penting karena

menjadi garda terdepan yang memastikan semua strategi perusahaan dapat direalisasikan secara nyata. Tim operasional bertanggung jawab untuk menjalankan aktivitas sehari-hari, seperti menjahit produk, membuat konten digital, menangani pesanan, dan memastikan setiap pelanggan menerima pelayanan terbaik.

PT LhafCloths memiliki pembagian tanggung jawab yang jelas, jalur komunikasi yang efektif, dan mekanisme pengawasan yang kuat di setiap lapisan melalui struktur organisasi yang komprehensif ini. Dengan bertransformasi menjadi Perseroan Terbatas, LhafCloths dapat beroperasi dengan lebih profesional, akuntabel, dan siap bersaing di pasar yang lebih luas. Melalui RUPS, Dewan Komisaris, dan Direksi yang bekerja sama secara sinergis, LhafCloths dapat mempertahankan manajemen berkualitas tinggi, memperluas peluang investasi, dan mengembangkan inovasi produk yang berkelanjutan dalam industri *fashion* Indonesia.

Pada struktur organisasi Perusahaan LhafCloths saat ini, penulis berada di posisi Chief Executive Officer (CEO), yang merupakan pemimpin tertinggi dalam sebuah perusahaan dan bertanggung jawab atas manajemen umum perusahaan. CEO bertanggung jawab atas semua operasi perusahaan, seperti akuntansi dan penyusunan laporan keuangan. CEO biasanya berkonsentrasi pada profitabilitas, terutama laba per saham, saat menilai kinerja. Dalam dunia bisnis, istilah "CEO" atau "Pejabat Eksekutif Tertinggi" lebih sering digunakan, tetapi dalam sektor non-profit, istilah yang lebih umum digunakan adalah "direktur eksekutif." CEO biasanya adalah orang dengan peran strategis yang bertanggung jawab atas visi, misi, dan pengambilan keputusan penting, termasuk membuat rencana tahunan. Di Indonesia, CEO adalah bagian dari direksi yang ditunjuk oleh pemegang saham untuk memimpin dan merumuskan strategi perusahaan. CEO yang ditunjuk juga bertanggung jawab atas kinerja perusahaan secara keseluruhan dan dapat membuat keputusan bisnis (Edi dan Cristi 2022).

CEO harus bekerja sama dengan berbagai tim untuk memastikan bahwa seluruh aspek bisnis berjalan secara selaras dan efisien. Salah satu koordinasi utama adalah dengan tim desain dan produksi, di mana mereka bekerja sama dengan

desainer untuk memastikan bahwa produk yang dibuat selalu mengikuti tren pasar tanpa kehilangan identitas dan nilai perusahaan. CEO juga memastikan bahwa proses produksi

Selain itu, CEO harus bekerja sama dengan tim pemasaran dan branding untuk memastikan bahwa strategi promosi yang digunakan berhasil meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Pemasaran di era digital saat ini memanfaatkan berbagai platform online, termasuk media konvensional dan influencer. Akibatnya, CEO harus memastikan bahwa kampanye pemasaran yang dijalankan dapat menarik perhatian target pasar dan mempengaruhi citra perusahaan dengan baik. CEO juga bertanggung jawab untuk membuat rencana promosi yang tepat, seperti program loyalitas pelanggan, diskon musiman, dan acara yang dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan.

CEO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa sistem manajemen logistik dan keuangan berjalan dengan baik di bidang keuangan dan operasional. Tujuan kerja sama dengan tim keuangan dan operasional adalah untuk mengontrol pengeluaran perusahaan, menjaga arus kas yang sehat, dan memastikan sistem distribusi produk bekerja dengan baik. Selain itu, CEO harus memastikan bahwa rantai pasokan dari bahan baku hingga produk akhir dikelola dengan baik agar produksi tidak terganggu. Perusahaan dapat bekerja lebih lancar dan mengurangi risiko finansial dengan kerja sama yang baik di sektor ini.

Selain melakukan koordinasi internal, CEO juga harus berhubungan langsung dengan tim penjualan dan customer service untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pelayanan terbaik. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, CEO harus membangun sistem komunikasi yang baik antara tim penjualan, customer service, dan pelanggan agar masukan atau keluhan dapat segera ditangani. Strategi pelayanan pelanggan yang baik memungkinkan bisnis untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dari pelanggan yang puas.

CEO bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan mitra bisnis dan investor. Dalam kasus di mana perusahaan bermitra dengan pihak eksternal atau mencari investor baru, CEO harus mempertahankan hubungan yang baik dan memberikan laporan yang transparan tentang kemajuan perusahaan. Menjalinkan kerja sama dengan mitra strategis dapat membuka peluang untuk ekspansi bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan menjalin hubungan yang solid dengan para investor dan mitra bisnis, perusahaan dapat berkembang lebih pesat dan mendapatkan dukungan yang diperlukan untuk memperluas cakupannya.

Selain tanggung jawab strategis dan operasional, CEO juga bertanggung jawab besar atas pengembangan SDM perusahaan. CEO harus mampu membuat lingkungan kerja yang menyenangkan dan membantu karyawan berkembang secara profesional dan personal. Ini dicapai melalui pengembangan dan pelaksanaan program pelatihan yang terorganisir, program pengembangan karier yang berkelanjutan, dan sistem insentif dan penghargaan yang mendorong karyawan untuk melakukan yang terbaik dari kemampuan mereka. Meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja di seluruh lini bisnis dapat dicapai melalui kepemimpinan CEO yang inspiratif dan visioner. CEO memastikan bahwa karyawan perusahaan tidak hanya memiliki keahlian, tetapi juga memiliki semangat kerja yang tinggi dan siap menghadapi perubahan industri.

Sebaliknya, CEO juga bertanggung jawab penuh atas kepatuhan hukum dan pengelolaan risiko yang berkaitan dengan operasi bisnis. CEO perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua operasinya sesuai dengan peraturan yang berlaku, termasuk ketenagakerjaan, perlindungan hak kekayaan intelektual, standar kualitas produk, dan peraturan lingkungan yang terkait. CEO juga harus aktif mengidentifikasi berbagai jenis risiko yang mungkin terjadi dalam berbagai bagian bisnis. Ini termasuk risiko finansial seperti fluktuasi arus kas dan pembiayaan, risiko operasional seperti gangguan dalam produksi dan distribusi, dan risiko reputasi yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Dengan melakukan pengelolaan risiko yang sistematis dan terencana, CEO dapat mengantisipasi dan

meminimalkan dampak buruk yang mungkin terjadi, sehingga peruntungan perusahaan dapat dipertahankan.

CEO juga bertanggung jawab untuk membangun dan mempertahankan budaya perusahaan yang sehat, optimis, dan beretika tinggi. Integritas, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial harus menjadi prinsip utama dalam setiap tindakan bisnis CEO. Dengan budaya yang mendukung dan etika bisnis yang dijunjung tinggi, perusahaan dapat menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi dan menjalin hubungan yang harmonis dan terpercaya dengan seluruh pemangku kepentingannya. Selain itu, budaya perusahaan yang kuat dan etika bisnis yang kokoh menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan berkelanjutan bagi seluruh karyawan. Sebagai pemimpin utama, CEO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa nilai-nilai ini diterapkan dan diinternalisasikan dalam setiap aspek bisnis untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya mencapai kesuksesan bisnis tetapi juga memiliki dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

2.3 Dokumen Legal

Legalitas usaha merupakan pengakuan resmi dari pemerintah yang memberikan dasar hukum bagi pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan ekonominya secara sah. Legalitas berfungsi sebagai bentuk perlindungan hukum sekaligus jaminan kepastian bagi perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, serta menjadi syarat utama agar usaha tersebut diakui oleh negara. Dengan memiliki legalitas, pelaku usaha memperoleh hak dan kewajiban yang jelas di mata hukum, seperti kemudahan dalam mengakses pembiayaan, mengikuti program pemerintah, dan memperluas jaringan usaha (Indrawati et al., 2023). Selain itu, legalitas usaha juga mencerminkan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis terhadap kredibilitas perusahaan (Soimah & Imelda, 2022).

LhafCloths sebagai sebuah usaha *fashion* berbasis batik modern telah memiliki legalitas formal berupa Nomor Induk Berusaha (NIB), Klasifikasi Baku

Lapangan Usaha Indonesia (KBLI), Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Keempat aspek ini menunjukkan bahwa LhafCloths tidak hanya berfokus pada kreativitas dan inovasi desain, tetapi juga mengutamakan aspek legalitas serta perlindungan hukum dalam menjalankan kegiatan usahanya.

NIB



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2611240104626

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

1. Nama Pelaku Usaha	: LIVIA ANMESTASYA NASYWAA
2. Alamat	: VILLA MUTIARA PLUIT JL. DAHLIA BLOK F.6 NO.45, Desa/Kelurahan Peruk, Kec. Peruk, Kota Tangerang, Provinsi Banten
3. Nomor Telepon Seluler	: +6285813867627
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	: Lihat Lampiran
5. Skala Usaha	: Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kebebasan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal 26 November 2024

**Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**

Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal 26 November 2024

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, tersimpan dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya
3. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN-ESSN
4. Data lampiran Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses



Gambar 2. 4 NIB

Sumber: Data Penulis

Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha yang ditetapkan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)

2020 yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). NIB mengelompokkan jenis usaha sesuai dengan aktivitas ekonomi yang menghasilkan produk berupa barang maupun jasa. NIB memiliki beberapa fungsi penting, antara lain sebagai Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API), serta akses kepabeanan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM atau perusahaan yang melakukan kegiatan ekspor dan impor. Selain itu, kepemilikan NIB memberikan berbagai manfaat bagi pelaku usaha, seperti kemudahan memperoleh pembiayaan dari lembaga perbankan, akses terhadap program pelatihan dan pendampingan usaha, serta kesempatan mengikuti pengadaan barang dan jasa pemerintah. Dengan demikian, pengurusan NIB tidak hanya memberikan legalitas, tetapi juga membuka peluang lebih luas bagi pengembangan dan keberlanjutan usaha (Fathanudien & Anthon, 2024).

Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) saat ini dapat dilakukan secara online melalui sistem Online Single Submission (OSS) atau Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. Sistem ini diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 24 Tahun 2018 Pasal 25 ayat (1), yang menyatakan bahwa NIB merupakan identitas resmi bagi pelaku usaha untuk memperoleh izin usaha serta izin operasional atau komersial (Ramadhani et al., 2022). Menurut Diana dalam penelitian Ramadhani et al. (2022), sistem OSS merupakan mekanisme perizinan yang diterbitkan oleh Lembaga OSS setelah pelaku usaha melakukan pendaftaran secara daring, dan hasil perizinannya diberikan dalam bentuk surat keputusan resmi. Kehadiran OSS menjadi langkah strategis pemerintah dalam mewujudkan layanan perizinan yang terintegrasi, cepat, efisien, dan transparan, sehingga pelaku usaha dapat mengurus legalitas usahanya dengan lebih mudah hanya melalui perangkat digital yang terhubung dengan internet. Dengan sistem ini, proses pembuatan NIB menjadi lebih praktis dan mendukung percepatan pertumbuhan sektor usaha formal di Indonesia (Fathanudien & Anthon, 2024).

Faktor pendukung dalam menjalankan kegiatan usaha salah satunya adalah aspek legalitas usaha, terutama melalui pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB). Legalitas ini penting agar kegiatan usaha tidak hanya berfokus pada pencapaian

keuntungan, tetapi juga dapat berkembang secara berkelanjutan di masa depan dengan memperhatikan faktor-faktor pendukung yang relevan. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi mengenai pentingnya legalitas usaha, khususnya terkait dengan prosedur dan manfaat pembuatan NIB. Sosialisasi ini disusun sesuai dengan kondisi, permasalahan, dan kebutuhan nyata yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam mengelola usahanya (Fathanudien & Anthon, 2024).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, LhafCloths sebagai merek fesyen batik modern perlu memiliki berbagai dokumen legalitas usaha agar kegiatan bisnis dapat berjalan dengan lancar, sah, dan berkelanjutan. Salah satu dokumen penting adalah Nomor Induk Berusaha (NIB). NIB berfungsi sebagai identitas resmi LhafCloths dalam menjalankan kegiatan usaha, serta menjadi dasar untuk memperoleh izin operasional, akses pembiayaan, dan kemudahan dalam mengikuti berbagai program pemerintah. Dengan memiliki NIB, LhafCloths diakui secara hukum sebagai badan usaha yang sah, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra bisnis.



KBLI



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2611240104626

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	74113	Aktivitas Desain Teksil Fashion dan Apparel	Villa Mulia Pluit Jl. Dahlia Blok F6 No.45, Desa Kelurahan Perbuk, Kec Perbuk, Kota Tangerang, Provinsi Banten Kode Pos: 15131	Menengah Rendah	NIB Sertifikat Standar	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (KL).
3. Pengecualian pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

1. Dokumen ini diterbitkan sistem OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, sehingga dalam sistem OSS yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha.	
2. Dalam hal terjadi kekeliruan isi dokumen ini akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.	
3. Dokumen ini telah dipublikasikan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BPS-BSSN.	
4. Data lengkap Perizinan Berusaha dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses.	

Gambar 2. 5 KBLI LhafCloths

Sumber: Data Penulis

Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) merupakan sistem klasifikasi resmi yang digunakan oleh pemerintah untuk mengelompokkan berbagai jenis kegiatan ekonomi di Indonesia berdasarkan aktivitas yang menghasilkan barang dan/atau jasa. KBLI berfungsi sebagai pedoman bagi pelaku usaha dalam menentukan bidang usaha sesuai kegiatan ekonomi yang dijalankan, serta menjadi dasar dalam penerbitan perizinan berusaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) (Sarung & Sorindah, 2024). Dengan adanya KBLI, kegiatan ekonomi dapat teridentifikasi dan terdata secara sistematis sesuai standar nasional yang ditetapkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan diatur melalui Peraturan Kepala BPS Nomor 2 Tahun 2020 tentang KBLI 2020.

Selain itu, KBLI juga berperan penting dalam mendukung tertib administrasi usaha, perencanaan pembangunan ekonomi, serta kemudahan dalam integrasi sistem perizinan berusaha melalui Online Single Submission (OSS). Penerapan KBLI yang tepat dapat membantu pelaku usaha memperoleh legalitas usaha yang sesuai dan menghindari kesalahan dalam proses pendaftaran perizinan yang dapat berdampak pada aspek hukum dan administratif di kemudian hari (Putri & Wibowo, 2023).

Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) juga sangat penting bagi LhafCloths karena menentukan bidang kegiatan usaha yang sesuai dengan aktivitas ekonomi yang dijalankan. Melalui KBLI, LhafCloths dapat memastikan bahwa kegiatan produksinya seperti pembuatan dan penjualan pakaian batik modern telah sesuai dengan klasifikasi usaha yang diakui pemerintah. Hal ini mempermudah proses administrasi perizinan dan memberikan kejelasan mengenai ruang lingkup kegiatan bisnis yang dijalankan.



HKI



Gambar 2. 6 HKI LhafCloths

Sumber: Data Penulis

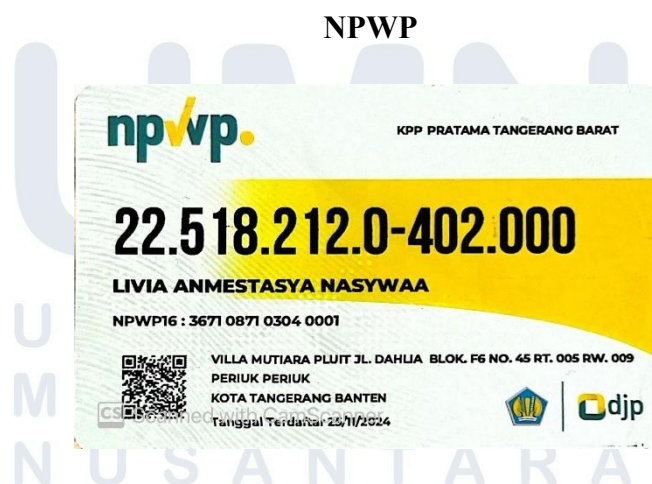
Hak Kekayaan Intelektual (HKI) merupakan hak hukum yang diberikan kepada individu atau badan hukum atas hasil olah pikir, kreativitas, dan inovasi manusia yang memiliki nilai ekonomi. HKI mencakup hak cipta, paten, merek, desain industri, rahasia dagang, serta indikasi geografis. HKI diakui sebagai hak kebendaan atas hasil karya intelektual yang melekat secara pribadi pada penciptanya dan memberikan perlindungan hukum agar hasil ciptaan tersebut tidak disalahgunakan oleh pihak lain (Latifiani et al., 2022).

Lebih lanjut, menjelaskan bahwa HKI memiliki kedudukan penting dalam sistem hukum nasional karena berfungsi tidak hanya sebagai bentuk penghargaan terhadap kreativitas individu, tetapi juga sebagai instrumen ekonomi yang mampu mendorong pertumbuhan inovasi dan daya saing bangsa (*Law Studies Journal*). Perlindungan terhadap HKI menjadi bagian dari upaya negara untuk menciptakan

iklim usaha yang sehat, di mana setiap pelaku usaha mendapatkan kepastian hukum atas karya dan inovasi yang dihasilkan (Wijaya et al., 2023).

Dalam konteks bisnis modern, HKI berperan strategis sebagai aset tidak berwujud (*intangible asset*) yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Melalui perlindungan HKI, perusahaan dapat mengamankan identitas merek, teknologi, serta inovasi produk agar tidak ditiru atau dimanfaatkan tanpa izin. Oleh karena itu, pemahaman dan pengelolaan HKI secara tepat menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan reputasi bisnis di era ekonomi kreatif (Ritonga et al., 2024).

Hak Kekayaan Intelektual (HKI) memiliki peran besar dalam melindungi karya desain dan motif batik khas yang dihasilkan oleh LhafCloths. Sebagai brand yang mengandalkan kreativitas dan desain eksklusif, perlindungan HKI membantu mencegah peniruan atau plagiarisme terhadap desain produk. Selain itu, HKI juga dapat meningkatkan nilai komersial dan profesionalitas merek LhafCloths karena menunjukkan bahwa produk yang dijual memiliki orisinalitas dan legalitas yang jelas.



Sumber: Data Penulis

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan identitas resmi yang diberikan kepada wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan usaha, sebagai

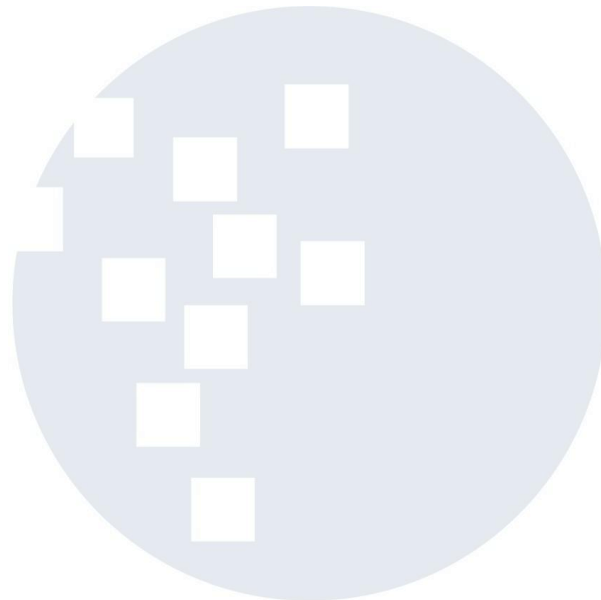
sarana administrasi perpajakan dan tanda pengenal dalam pelaksanaan hak serta kewajiban perpajakan. NPWP berfungsi untuk mengatur sistem administrasi perpajakan, mempermudah pengawasan, serta memastikan bahwa setiap wajib pajak tercatat dalam sistem perpajakan nasional (Alam et al.,2020). Selain itu, NPWP menjadi dasar bagi pelaksanaan kewajiban seperti pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), pembayaran pajak, dan pengawasan kepatuhan wajib pajak oleh Direktorat Jenderal Pajak (Taurina et al., 2020).

Lebih lanjut, NPWP juga berperan penting dalam berbagai aspek administrasi publik dan ekonomi, karena diperlukan dalam pengurusan izin usaha, pengajuan kredit bank, hingga proses lelang dan investasi. Melalui keberadaan NPWP, pemerintah dapat melakukan pendataan dan pemantauan aktivitas ekonomi masyarakat secara sistematis, sehingga meningkatkan efektivitas sistem perpajakan nasional (Alam et al., 2020). Dalam konteks digitalisasi perpajakan, pemerintah juga mengintegrasikan Nomor Induk Kependudukan (NIK) dengan NPWP guna menciptakan sistem identitas tunggal yang efisien dan akurat untuk meningkatkan kepatuhan pajak di Indonesia (Taurina et al., 2020).

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) merupakan bentuk identitas perpajakan yang wajib dimiliki LhafCloths untuk menjalankan kewajiban pajak dan administrasi keuangan secara resmi. Dengan memiliki NPWP, LhafCloths dapat mengajukan kerja sama dengan pihak ketiga seperti bank, marketplace, maupun instansi pemerintah yang mensyaratkan legalitas pajak. Hal ini juga membantu menjaga kredibilitas usaha dan mempermudah akses terhadap fasilitas pembiayaan serta program pemberdayaan UMKM.

Dengan demikian, keberadaan NIB, KBLI, HKI dan NPWP menjadi fondasi penting dalam memperkuat struktur legal dan profesionalitas LhafCloths sebagai sebuah usaha. Ketiga dokumen ini tidak hanya menunjukkan bahwa LhafCloths beroperasi secara sah dan terdaftar di bawah hukum Indonesia, tetapi juga membuktikan komitmen perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan, transparan, dan berdaya saing di pasar fashion nasional. Legalitas tersebut mendukung langkah LhafCloths dalam menjalin kerja sama bisnis, memperluas

pasar, dan membangun reputasi sebagai brand fashion batik modern yang terpercaya dan memiliki nilai orisinalitas tinggi.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA