

BAB II

BADAN USAHA

2.1 Bentuk Badan Usaha

Perusahaan Perorangan

Badan usaha merupakan suatu kesatuan organisasi yang didirikan oleh satu orang atau lebih untuk melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam arti luas, badan usaha menjadi wadah bagi kegiatan produksi dan distribusi barang maupun jasa yang diakui secara hukum. Menurut Kasmir (2016:23), badan usaha adalah kesatuan yuridis dan ekonomis yang bertujuan mencari laba serta memberikan manfaat bagi masyarakat melalui kegiatan distribusi, maupun jasa. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa badan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi juga memiliki peran sosial dan ekonomi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Badan usaha di Indonesia memiliki beberapa bentuk yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Bentuk-bentuk tersebut antara lain perusahaan perseorangan, firma (Fa), persekutuan komanditer (CV), perseroan terbatas (PT), koperasi, dan badan usaha milik negara (BUMN). Perusahaan perseorangan merupakan badan usaha yang dimiliki oleh satu orang dengan tanggung jawab penuh atas seluruh kegiatan dan risiko usaha, sehingga organisasi dan pengelolaannya sederhana (OCBC NISP, 2023). Firma didirikan oleh dua orang atau lebih dengan nama bersama, di mana setiap anggota bertanggung jawab penuh terhadap seluruh utang perusahaan, sementara persekutuan komanditer (CV) terdiri atas sekutu aktif yang mengelola usaha dan sekutu pasif yang hanya menyertakan modal (OCBC NISP, 2023). Bentuk ini banyak digunakan oleh pengusaha kecil dan menengah karena proses pendiriannya relatif mudah, sedangkan perseroan terbatas (PT) adalah badan hukum yang modalnya terbagi dalam saham serta memberikan tanggung jawab terbatas kepada pemegang saham (OCBC NISP, 2023). Selain itu, koperasi adalah badan usaha yang dijalankan oleh anggotanya berdasarkan asas

kekeluargaan, dan BUMN adalah badan usaha yang modalnya berasal dari kekayaan negara untuk mengelola sektor strategis (OCBC NISP, 2023).

Perusahaan perseorangan merupakan bentuk badan usaha yang paling sederhana, di mana seluruh kegiatan usaha dijalankan dan dimiliki oleh satu orang. Pemilik bertanggung jawab sepenuhnya terhadap seluruh keputusan, risiko, serta kewajiban usaha, termasuk apabila terjadi kerugian. Meskipun demikian, bentuk badan usaha ini banyak dipilih oleh pelaku usaha kecil karena proses pendiriannya relatif mudah, biaya operasional yang rendah, serta pengambilan keputusan yang dapat dilakukan secara cepat tanpa melalui prosedur formal yang rumit (OCBC NISP, 2023).

Perusahaan Bazzarku merupakan badan usaha yang bergerak di bidang layanan pemasaran, rental dan sponsorship bazar bagi produk lokal dan UMKM. Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, Bazzarku memilih bentuk Perusahaan Perseorangan. Pemilihan bentuk ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, bentuk perusahaan perseorangan memberikan kemudahan dalam pendirian dan pengelolaan, karena seluruh kendali usaha berada di tangan satu orang pemilik. Kedua, pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan fleksibel tanpa harus melalui rapat atau persetujuan pihak lain. Ketiga, bentuk ini lebih efisien dalam biaya operasional karena tidak memerlukan struktur organisasi yang kompleks. Selain itu, bentuk perusahaan perseorangan memungkinkan pemilik untuk menjalankan usaha secara mandiri dengan tanggung jawab penuh terhadap hasil dan risiko yang timbul.

Tujuan utama pendirian Bazzarku adalah untuk menyediakan wadah promosi, rental dan sponsorship dan menengah agar dapat memperluas jangkauan pasar melalui kegiatan bazar dan event pemasaran terpadu. Selain itu, keberadaan Bazzarku diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal, membuka lapangan kerja baru, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif. Bazzarku juga berupaya menciptakan ekosistem usaha yang sehat, inovatif, dan berkelanjutan.

Dalam pelaksanaannya, pendirian Bazzarku berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, antara lain Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) yang mengatur bentuk usaha perseorangan, serta Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dan Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik (OSS). Dengan dasar hukum tersebut, Bazzarku memiliki legitimasi dalam menjalankan aktivitas bisnisnya secara sah dan berkelanjutan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Bazzarku merupakan perusahaan berbentuk Perusahaan Perseorangan Yang bergerak di bidang layanan pemasaran, rental dan sponsorship. Bentuk badan usaha ini dipilih karena memberikan kemudahan dalam pendirian, efisiensi pengelolaan, serta fleksibilitas dalam pengambilan keputusan. Dengan demikian, BAZZARKU memiliki landasan hukum, struktur organisasi yang sederhana, dan tujuan usaha yang mendukung pertumbuhan bisnis secara profesional, efisien, dan berkelanjutan.



2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi BAZZARKU

CEO (*Chief Executive Officer*)

Rayzen Tjiptadjaja

Dalam proses pengembangan startup Bazzarku, terdapat berbagai aktivitas manajerial dan strategis yang dilakukan penulis bersama tim untuk memastikan arah perusahaan berjalan sesuai rencana. Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan arah strategis perusahaan melalui penyusunan visi, misi, serta tujuan

jangka pendek dan jangka panjang. Proses ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas bagi seluruh anggota tim dalam menjalankan kegiatan operasional dan inovasi produk yang dikembangkan. Penulis turut berperan dalam merumuskan nilai-nilai inti yang menjadi dasar dalam setiap pengambilan keputusan di Bazzarku, sehingga setiap langkah yang diambil memiliki keselarasan dengan arah bisnis yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, penulis juga terlibat dalam penyusunan timeline proyek yang menjadi panduan pelaksanaan kegiatan pada tiap divisi. Penyusunan jadwal kerja ini mencakup pembagian tugas, target waktu, serta urutan prioritas pekerjaan agar seluruh proses dapat berjalan efisien dan terukur. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan sinkronisasi antara tim pengembang, tim desain, serta divisi pemasaran dalam mencapai target yang telah direncanakan.

Selain fokus pada perencanaan internal, penulis turut aktif dalam menjalin kemitraan strategis dengan pihak eksternal, terutama dengan Event Organizer (EO) dan para pelaku UMKM yang menjadi mitra utama Bazzarku. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jaringan kerja sama, tetapi juga untuk membangun kepercayaan antara platform dan para pengguna. Melalui komunikasi yang intensif dengan mitra, Bazzarku berupaya menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Dalam tahap berikutnya, penulis juga melakukan monitoring dan evaluasi kinerja tim secara berkala. Evaluasi ini melibatkan peninjauan hasil kerja setiap divisi serta pemberian umpan balik agar kualitas kerja dapat terus meningkat. Melalui kegiatan ini, tim dapat mengidentifikasi kendala yang muncul di lapangan serta melakukan perbaikan secara cepat dan tepat sasaran.

Sebagai bagian dari proses pengembangan produk, penulis berkontribusi dalam mendesain alur pengguna (user flow) pada platform Bazzarku. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memastikan pengalaman pengguna (user experience) yang sederhana namun tetap efisien. Dengan menyusun alur interaksi yang logis dan

mudah dipahami, pengguna dapat melakukan proses pendaftaran, pemesanan slot tenant, hingga konfirmasi pembayaran dengan lebih nyaman.

Dalam upaya membangun identitas yang kuat di mata publik, penulis juga ikut terlibat dalam pengembangan branding dan identitas visual perusahaan. Proses ini mencakup penentuan elemen visual seperti logo, warna, serta gaya komunikasi yang mencerminkan karakter dan nilai Bazzarku. Melalui pendekatan branding yang konsisten, perusahaan diharapkan mampu menciptakan citra profesional dan mudah dikenali oleh target pasar.

Selain itu, penulis turut berperan dalam penyusunan strategi monetisasi yang menjadi dasar pengembangan model bisnis Bazzarku. Strategi ini difokuskan pada bagaimana platform dapat memperoleh pendapatan melalui sistem fee transaksi sebesar satu persen, tanpa mengurangi kenyamanan pengguna maupun kepercayaan mitra bisnis.

Terakhir, penulis juga berkontribusi dalam membangun lingkungan kerja yang sehat dan kolaboratif. Kegiatan ini dilakukan dengan menjaga semangat tim, memastikan komunikasi antar divisi berjalan dengan baik, serta menciptakan suasana kerja yang produktif. Pendekatan ini diyakini dapat meningkatkan motivasi dan rasa tanggung jawab setiap anggota tim terhadap keberhasilan proyek yang dijalankan.

KPI CEO Bazzarku dalam periode satu semester difokuskan pada tersusunnya arah strategis perusahaan melalui visi dan misi yang jelas, terlaksananya manajemen proyek yang efektif dengan tingkat penyelesaian tugas minimal 85% sesuai timeline, serta terjalinnya kemitraan dengan minimal lima Event Organizer dan seratus UMKM. Selain itu, KPI juga mencakup keberhasilan pengembangan produk melalui berfungsinya fitur inti dan alur pengguna, konsistensi penerapan branding di seluruh kanal komunikasi, implementasi sistem monetisasi berupa fee transaksi sebesar satu persen dengan minimal lima puluh

transaksi, serta pelaksanaan evaluasi kinerja tim secara rutin setiap bulan untuk menjaga efektivitas dan kolaborasi kerja.

CMO (*Chief Marketing Officer*)

Visianto Theo Abdisa

Dalam upaya mengembangkan jaringan bisnis serta memperkuat posisi Bazzarku di industri bazaar dan UMKM, penulis melakukan pendekatan secara langsung kepada sejumlah Event Organizer (EO) serta para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan membangun peluang kerja sama yang bersifat strategis dan berkelanjutan. Melalui kolaborasi tersebut, Bazzarku berupaya menciptakan hubungan kemitraan yang saling menguntungkan bagi seluruh pihak yang terlibat, memperluas jangkauan ekosistem bisnis, serta membuka berbagai peluang baru yang dapat memberikan nilai tambah, baik bagi penyelenggara event maupun bagi para pelaku UMKM yang ingin memperluas pasar mereka. Proses ini tidak hanya memperkuat posisi BAZZARKU sebagai penghubung antara kedua pihak, tetapi juga menjadi landasan penting dalam menciptakan kepercayaan serta citra profesional di kalangan mitra eksternal.

Sebagai Chief Marketing Officer (CMO), penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola berbagai aspek kreatif yang berkaitan dengan identitas dan komunikasi merek BAZZARKU. Penulis terlibat secara langsung dalam berbagai proyek yang mencakup pembuatan serta pengelolaan kebutuhan konten untuk media sosial, khususnya pada platform Instagram dan TikTok. Konten yang dikembangkan difokuskan untuk memperkenalkan layanan BAZZARKU kepada khalayak luas melalui pendekatan visual dan naratif yang menarik, relevan, dan mudah dipahami oleh target audiens.

Selain itu, penulis juga berperan dalam meningkatkan brand awareness atau kesadaran masyarakat terhadap BAZZARKU. Hal ini dilakukan melalui penerapan strategi pemasaran yang kreatif dan adaptif terhadap karakteristik pasar sasaran. Dalam prosesnya, penulis memanfaatkan tren industri digital, perkembangan teknologi, serta pola konsumsi konten yang sedang berkembang untuk memperluas jangkauan promosi dan menarik perhatian calon pengguna baru. Strategi tersebut tidak hanya berfokus pada aspek estetika konten, tetapi juga memperhatikan nilai pesan yang ingin disampaikan agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Dalam melaksanakan seluruh tanggung jawab tersebut, penulis senantiasa berkoordinasi secara intensif dengan tim internal BAZZARKU, baik dari divisi desain, teknologi, maupun operasional. Kolaborasi lintas divisi ini dilakukan untuk memastikan setiap strategi dan materi kreatif yang dikembangkan selaras dengan arah strategis perusahaan. Melalui komunikasi yang terbuka dan sinergi antar anggota tim, BAZZARKU mampu menciptakan lingkungan kerja yang produktif serta mendukung terciptanya hasil yang optimal dalam setiap kegiatan pemasaran dan pengembangan merek.

KPI Chief Marketing Officer (CMO) Bazzarku dalam periode satu semester difokuskan pada peningkatan brand awareness melalui pengelolaan konten media sosial yang konsisten di platform Instagram dan TikTok, terjalannya kerja sama strategis dengan Event Organizer dan UMKM untuk memperluas jaringan bisnis, serta peningkatan jangkauan dan engagement audiens sebagai indikator efektivitas pemasaran. Selain itu, KPI mencakup konsistensi identitas dan komunikasi merek Bazzarku, pelaksanaan strategi pemasaran yang relevan dengan tren digital, serta koordinasi lintas divisi yang berjalan efektif guna memastikan seluruh aktivitas pemasaran selaras dengan visi dan arah strategis perusahaan.

CFO (*Chief Financial Officer*)

Jason Milano Chandra

Dalam menjalankan peran sebagai Chief Financial Officer (CFO) di startup Bazzarku, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan finansial perusahaan. Salah satu tugas penting yang dilakukan adalah membuat proyeksi keuangan sebagai dasar dalam perencanaan bisnis jangka pendek maupun jangka panjang. Proyeksi ini disusun dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti tren pasar yang sedang berkembang, kondisi ekonomi terkini, serta potensi perubahan situasi di masa mendatang. Tujuan dari penyusunan proyeksi keuangan ini adalah untuk memberikan acuan bagi seluruh tim dalam menetapkan prioritas pengeluaran, menentukan alokasi anggaran yang efisien, serta mengukur tingkat keberhasilan strategi bisnis yang dijalankan.

Dalam proses penyusunannya, penulis mengidentifikasi komponen utama yang memengaruhi keuangan perusahaan, seperti biaya pemasaran, biaya pengembangan teknologi, dan biaya pengembangan produk. Ketiga aspek ini perlu diseimbangkan agar strategi pertumbuhan Bazzarku tetap berkelanjutan dan tidak menimbulkan beban finansial yang berlebihan. Penulis berupaya menjaga agar setiap rencana keuangan yang dibuat mampu mendukung inovasi tanpa mengorbankan ketahanan finansial perusahaan, sehingga Bazzarku tetap memiliki daya saing yang kuat di tengah kompetisi pasar digital yang semakin ketat.

Selain menyusun proyeksi, penulis juga bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh proses pembayaran, transaksi keuangan, dan pengeluaran operasional perusahaan. Pengawasan ini dilakukan secara rutin untuk memastikan seluruh arus kas berjalan dengan transparan dan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Penulis juga memastikan bahwa setiap transaksi keuangan tercatat secara akurat dan terdokumentasi dengan baik agar meminimalisir risiko kesalahan administrasi atau penyimpangan dana. Pengelolaan keuangan yang tertib ini menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan

internal maupun eksternal terhadap integritas Bazzarku sebagai sebuah startup yang profesional.

Tugas penting lainnya yang menjadi tanggung jawab penulis adalah menyusun laporan keuangan secara berkala. Laporan ini berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja finansial perusahaan, sehingga manajemen dapat menilai sejauh mana target yang telah ditetapkan dapat tercapai. Dalam penyusunannya, penulis menggunakan format dan standar pelaporan keuangan yang mudah dipahami oleh seluruh tim, agar informasi yang disampaikan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis berikutnya. Melalui laporan tersebut, penulis berupaya menghadirkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan Bazzarku, sehingga seluruh pihak dapat bekerja secara lebih terarah dalam mencapai tujuan perusahaan.

KPI Chief Financial Officer (CFO) Bazzarku dalam periode satu semester difokuskan pada tersusunnya proyeksi keuangan jangka pendek dan jangka panjang sebagai dasar perencanaan bisnis, pengelolaan arus kas yang tertib dan transparan, serta pengawasan terhadap seluruh transaksi dan pengeluaran operasional perusahaan. Selain itu, KPI mencakup keseimbangan alokasi anggaran antara pemasaran, pengembangan teknologi, dan pengembangan produk agar tetap efisien dan berkelanjutan, serta penyusunan laporan keuangan secara berkala yang akurat dan mudah dipahami sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan strategis manajemen.

CTO/COO (*Chief Technology Officer/ Chief Operating Officer*)

Peters Henderson

Sebagai bagian dari tim manajemen inti di startup Bazzarku, peran Chief Technology Officer (CTO) dan Chief Operating Officer (COO) memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan melalui pengelolaan teknologi serta penerapan sistem kerja yang efisien. Kedua posisi ini berperan penting dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas internal

maupun eksternal berjalan secara optimal, terukur, dan selaras dengan arah strategis yang telah ditetapkan oleh manajemen.

Dari sisi teknologi, CTO bertanggung jawab dalam merancang, mengembangkan, dan memelihara sistem utama Bazzarku, khususnya platform digital yang menjadi penghubung antara Event Organizer (EO) dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penulis berperan dalam menyusun arsitektur website yang sederhana, efisien, serta mudah diakses oleh pengguna dengan berbagai tingkat pemahaman digital. Pemilihan teknologi dilakukan dengan mempertimbangkan efisiensi biaya, keamanan data, dan kemampuan sistem untuk terus berkembang seiring peningkatan jumlah pengguna. CTO juga memastikan bahwa setiap komponen teknologi yang digunakan dapat diintegrasikan dengan baik agar mendukung seluruh proses bisnis yang dijalankan Bazzarku. Selain itu, CTO menyusun rencana pengembangan jangka panjang yang mencakup peningkatan sistem otomatisasi, penyediaan dashboard analitik bagi mitra EO dan UMKM, serta penerapan teknologi berbasis data untuk memberikan rekomendasi event yang relevan bagi pengguna.

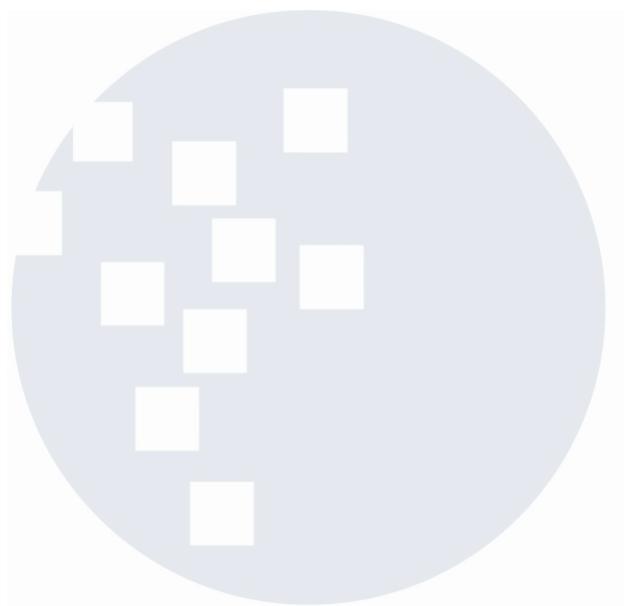
Sementara itu, COO memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola kegiatan operasional harian agar seluruh proses kerja di Bazzarku berjalan efektif dan efisien. Tugas ini mencakup pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan operasional, koordinasi antar divisi, serta penerapan kebijakan internal yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan. COO berperan penting dalam menyusun dan mengawasi pelaksanaan Standard Operating Procedures (SOP) untuk setiap tahapan proses bisnis, mulai dari pendaftaran mitra baru, konfirmasi tenant oleh EO, hingga proses administrasi lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan event. Dengan adanya pedoman kerja yang sistematis, Bazzarku dapat menjaga konsistensi layanan serta meminimalkan risiko kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan.

Selain memastikan stabilitas operasional, COO juga berperan sebagai penghubung antar divisi untuk menjaga sinkronisasi antara strategi bisnis dan

pelaksanaannya. Dalam hal ini, COO dan CTO bekerja secara kolaboratif untuk menjamin bahwa inovasi teknologi yang dikembangkan benar-benar mendukung kebutuhan operasional harian dan sejalan dengan strategi pemasaran serta kebijakan keuangan perusahaan. Keduanya juga melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja tim, guna mengidentifikasi kendala, menilai efektivitas sistem yang berjalan, serta memberikan rekomendasi perbaikan agar kinerja perusahaan semakin optimal.

Lebih lanjut, baik CTO maupun COO turut berperan dalam membangun budaya kerja yang positif dan kolaboratif di lingkungan BAZZARKU. Melalui koordinasi yang intensif, komunikasi terbuka, dan penerapan sistem kerja yang adaptif terhadap perubahan, keduanya berupaya menciptakan suasana kerja yang kondusif dan produktif bagi seluruh anggota tim. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat sinergi antar divisi, tetapi juga meningkatkan semangat kerja kolektif dalam mewujudkan visi BAZZARKU sebagai platform digital yang inovatif, efisien, serta mampu menjembatani kebutuhan antara EO dan UMKM secara profesional.

KPI Chief Technology Officer (CTO) dan Chief Operating Officer (COO) Bazzarku dalam periode satu semester difokuskan pada pengembangan dan pemeliharaan platform digital yang stabil, aman, dan mudah digunakan sebagai penghubung antara Event Organizer dan UMKM, serta tersusunnya arsitektur sistem dan rencana pengembangan teknologi jangka menengah. Selain itu, KPI mencakup kelancaran operasional harian melalui penerapan Standard Operating Procedures (SOP) yang jelas dan konsisten, efektivitas koordinasi lintas divisi, serta minimnya kendala operasional dan teknis yang mengganggu proses bisnis. KPI juga menilai keberhasilan kolaborasi antara fungsi teknologi dan operasional, pelaksanaan evaluasi kinerja secara berkala, serta terciptanya sistem kerja dan budaya tim yang produktif, kolaboratif, dan adaptif terhadap perkembangan perusahaan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Dokumen Legal

NIB (Nomor Induk Berusaha)



No.	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	63122	Portal Web Dan/Atau Platform Digital Dengan Tujuan Komersial	universitas multimedia nusantara, Desa/Kelurahan Cengkareng, Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Provinsi Banten Kode Pos: 15310	Rendah	NIB	Terbit	

- Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:
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. Pengawasan 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.

Gambar 2.3 NIB (Nomor Induk Berusaha)

2.3.1 Pembagian Saham Kepemilikan Bazzarku

Dalam rangka menjalankan kegiatan usaha secara profesional dan proporsional, perusahaan **Bazzarku** menerapkan sistem pembagian kepemilikan modal yang merata di antara para pendiri. Pembagian ini didasarkan pada prinsip keadilan, kesetaraan tanggung jawab, serta kontribusi yang diberikan oleh masing-masing pihak dalam pengelolaan perusahaan.

Perusahaan Bazzarku memiliki empat pendiri utama yang sekaligus menjabat sebagai pimpinan eksekutif dalam bidangnya masing-masing, yaitu Chief

Executive Officer (CEO), Chief Operating Officer (COO), Chief Financial Officer (CFO), dan Chief Marketing Officer (CMO). Keempat posisi tersebut memiliki peran strategis dalam memastikan keberlangsungan dan pengembangan bisnis, mulai dari pengambilan keputusan utama, pengelolaan operasional, pengaturan keuangan, hingga strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil kesepakatan bersama, komposisi kepemilikan modal dibagi **secara proporsional dan seimbang**, di mana setiap pihak memperoleh **porsi kepemilikan yang sama besar yaitu sebesar 25%**. Pembagian ini dilakukan sebagai bentuk penghargaan terhadap tanggung jawab, dedikasi, serta peran yang saling melengkapi dalam struktur organisasi perusahaan.

Dengan demikian, struktur kepemilikan saham pada perusahaan Bazzarku dapat dijelaskan sebagai berikut:

setiap pendiri, yaitu CEO, CTO/COO, CFO, dan CMO, memiliki **porsi kepemilikan sebesar seperempat bagian dari total keseluruhan modal perusahaan**. Dengan sistem ini, seluruh pihak memiliki hak yang sama dalam pengambilan keputusan strategis serta memperoleh tanggung jawab yang seimbang terhadap perkembangan perusahaan.

Struktur kepemilikan yang merata ini juga bertujuan untuk mendorong kolaborasi yang harmonis antar bagian, menciptakan transparansi dalam pengelolaan keuangan, dan memperkuat rasa kepemilikan terhadap visi serta misi BAZZARKU. Selain itu, pembagian yang adil ini diharapkan dapat meminimalisir potensi konflik internal dan meningkatkan motivasi kerja seluruh jajaran manajemen.