

BAB I

IDE BISNIS

A. Latar Belakang Ide Bisnis

Aktivitas wisata merupakan suatu kegiatan yang dapat dinikmati oleh seluruh wisatawan ketika mengunjungi suatu tempat wisata dengan didukungnya motivasi dan tujuan wisata salah satunya adalah rekreasi untuk menghilangkan rasa penat dengan rutinitas setiap harinya. Dalam memberikan nilai tambah dan daya tarik wisata, seluruh tempat wisata pun terus menerus mengembangkan aktivitas yang tersedia agar dapat bervariasi dan memberikan pengalaman baru kepada seluruh wisatawan. Melalui hal ini, penulis melihat bahwa pengembangan aktivitas wisata dapat menjadi suatu peluang bisnis. Karena telah dibuka kembali tempat wisata yang ada, tentunya menjadikan pengunjung mengharapkan adanya daya tarik baru yang ada pada tempat wisata yang dikunjunginya salah satunya adalah Taman Bertema pada Dunia Fantasi (Taman Impian Jaya Ancol), Jakarta.

Sejalan dengan hal tersebut, penulis menganalisis akan kebutuhan perusahaan PT Pembangunan Jaya Ancol pada pengembangan industri pariwisata yang ada disekitar kawasan yang tersedia. Pada *annual report* 2021 PT Pembangunan Jaya Ancol dalam prospek usaha tahun 2022 menyatakan bahwa perusahaan akan berupaya melakukan peningkatan pada performa produk, layanan dan *physical evidence*. Perusahaan berfokus pada peningkatan *brand equity* melalui *rebranding* dengan memanfaatkan teknologi informasi dan digital untuk mendorong ekonomi kreatif serta pemanfaatan lahan yang tersedia di kawasan Ancol. Hal ini dilakukan agar dapat mencapai tujuan pembentukan rencana strategis pada tahun 2022 salah satunya adalah meningkatkan kinerja atas bisnis *existing* dan menargetkan pendapatan baru melalui proyek strategis yang mampu menjadi pertumbuhan di masa depan. (Sumber: Laporan tahunan PT.Pembangunan Jaya Ancol 2021). Berdasarkan dengan informasi tersebut, penulis melihat adanya kebutuhan akan produk baru pada kawasan PT. Pembangunan Jaya ancil dalam programnya untuk membangun ekosistem Digital yang *reliable*.

Kebutuhan ini pun didukung dengan adanya dukungan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata seperti yang tertuang pada Peraturan Presiden No. 70 Tahun 2019 tentang badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Perancangan, penetapan dan pelaksanaan kebijakan ekonomi kreatif di berbagai sektor pariwisata di bidang aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain produk, *fashion*, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan seni rupa dan televisi dan radio (Sumber: Peraturan Presiden No. 70 Tahun 2019).

Melalui hal ini penulis merancang suatu program aktivitas wisata berbasis digital bertema fantasi. Dalam memperkuat adanya peluang bisnis di kalangan masyarakat, penulis telah melakukan pencarian data-data pendukung untuk melakukan validasi ide melalui penyebaran kuesioner kepada beberapa segmen sebagai sampel untuk mengetahui kebutuhan pasar. Jumlah responden yang telah mengisi kuesioner validasi ide adalah berjumlah 73 responden dengan latar belakang yang berbeda-beda. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui tingkat kebutuhan akan produk dan layanan dari berbagai kalangan yang ada.

Proses ini dilakukan untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pasar terhadap suatu aktivitas wisata agar dapat sejalan dengan produk dan layanan yang ditawarkan dan memberikan kepuasan. Berdasarkan proses pencarian maupun penggalian informasi dari target pasar yang dituju telah dianalisis melalui metode statistika deskriptif, yang merupakan cara untuk mendeskripsi, menggambarkan, menjabarkan hingga menguraikan data hasil analisis (Siregar, 2010). Berdasarkan hasil data yang diterima dapat disimpulkan menjadi beberapa poin diantaranya adalah:

1. Profil Pengunjung

Analisis profil pengunjung bertujuan untuk mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung berdasarkan karakteristik sosio demografis, geografis dan psikografis responden yang pernah mengunjungi Dunia Fantasi (Taman Impian Jaya Ancol), Jakarta. Berikut adalah gambaran terkait karakteristik pengunjung:

Tabel 1.1 Karakteristik Pengunjung

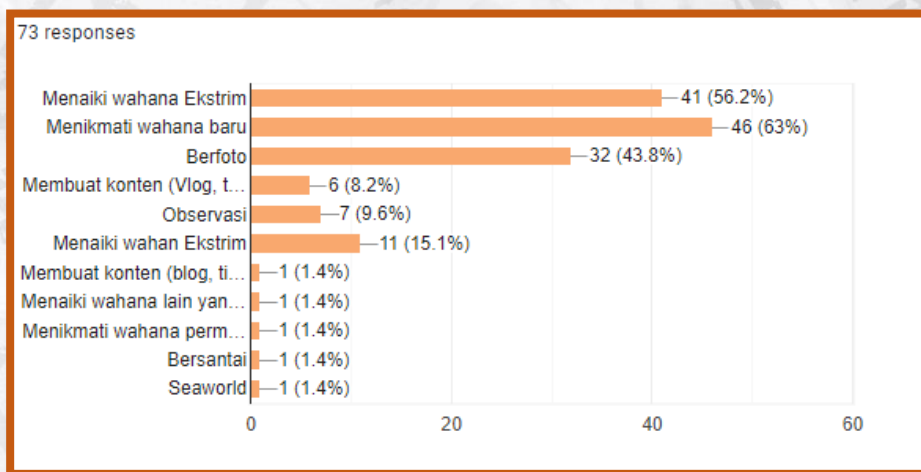
Jenis Kelamin	Pria	25 (34.2%)
	Wanita	48 (65.8%)
Usia	16-20 Tahun	30 (41.1%)
	21-25 Tahun	33 (45.2%)
	26-30 Tahun	3 (4.1%)
	30-35 Tahun	1 (1.4%)
	>35 Tahun	6 (8.2%)
Asal Kota/Wilayah	Jabodetabek	40 (54,8%)
	Bandung	24 (32.9%)
	Area Pulau Jawa	5 (6,8%)
	Luar Pulau Jawa	9 (12.3%)
Pekerjaan	Wiraswasta	6 (8.2%)
	Karyawan Swasta	9 (12.3%)
	Pegawai Negeri	2 (2.7%)
	Ibu Rumah Tangga	1 (1.4%)
	Pelajar/Mahasiswa	54 (74%)
	Lainnya	3 (4.1%)

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa pengunjung sebagian besar didominasi oleh pengunjung wanita dengan persentase 65.8%. Rentang usia pengunjung tertinggi berada pada usia 21-25 tahun dan 16-20 Tahun. Sementara terkait variabel pekerjaan, sebanyak 74% adalah pelajar/mahasiswa dan 12.3% adalah karyawan swasta, dengan asal pengunjung sebagian besar berasal dari JABODETABEK. Melalui hal ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan dalam mengembangkan aktivitas wisata yang mengacu pada karakteristik pengunjung remaja dengan rentang usia 16-25 tahun yang memiliki status sebagai pelajar/mahasiswa serta berdomisili di area JABODETABEK.

2. Perilaku Konsumen

Analisis perilaku konsumen atau *customer behavior* dilakukan untuk mengetahui bagaimana seorang konsumen berperilaku dalam memutuskan untuk membeli produk dan layanan yang ditawarkan hingga mengetahui tingkat ketertarikan dan kepuasan yang diharapkan. Berdasarkan analisis tersebut telah ditemukan data terkait aktivitas yang dilakukan konsumen ketika berkunjung ke Dunia Fantasi (Taman Impian Jaya Ancol), Jakarta.



Gambar 1.1 Aktivitas Pengunjung

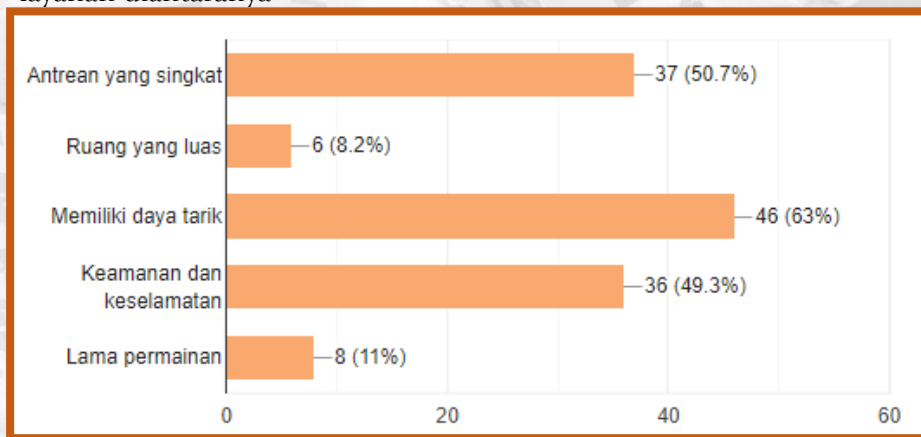
Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan hasil yang tertera diatas dapat terlihat bahwa 63% responden menyatakan bahwa aktivitas yang dilakukan saat mengunjungi Dunia Fantasi, Jakarta adalah menikmati wahana baru, 56.2% memutuskan untuk menaiki wahana ekstrim dan 43.8% pengunjung melakukan aktivitas befoto di setiap wahana yang tersedia. Melalui hasil ini dapat dipastikan bahwa peluang untuk memunculkan adanya aktivitas wisata baru akan memberikan tingkat ketertarikan pada Dunia Fantasi. Pengembangan aktivitas wisata pun dapat dirancang secara beragam dengan mengkombinasikan berbagai aktivitas menarik menjadi satu

kesatuan yang dapat memberikan sensasi dan pengalaman baru berwisata kepada seluruh pengunjung.

3. Preferensi Konsumen

Analisis preferensi konsumen bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap suatu produk dan layanan, sehingga memberikan suatu peluang bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan maupun memperbaiki hal-hal yang menjadi masukan dan penilaian konsumen terhadap produk dan layanan yang akan ditawarkan. Berikut merupakan hasil responden terhadap perhatian pengunjung akan suatu produk dan layanan diantaranya



Gambar 1.2 Tingkat Perhatian Pengunjung

Sumber: Olah data, 2022

Berdasarkan hasil analisis, responden memberikan penilaian bahwa hal-hal yang menjadi perhatian mereka ketika menikmati suatu aktivitas wisata adalah 63% mengatakan memiliki daya tarik, 50,7% mengatakan antrean yang singkat dan 49.3% mengatakan adanya keamanan dan keselamatan yang tersedia sesuai dengan panduan CHSE. Hal ini menjadi tantangan bagi perusahaan dalam menciptakan peluang bisnis berbasis aktivitas wisata agar memberikan nilai perhatian tinggi perusahaan di mata konsumen. Dalam mengetahui daya tarik yang dibutuhkan oleh konsumen dalam hal ini kami pun telah menanyakan terkait ketertarikan mereka terhadap aktivitas wisata berbasis digital, menurut data yang diterima 74% mengatakan sangat setuju dan 26% diantaranya mengatakan setuju. Responden pun telah memberikan alasan dan masukan yang dapat disimpulkan menjadi beberapa poin diantaranya:

1. Terdapat aktivitas yang bervariasi dengan tema yang beragam serta adanya aktivitas yang dapat pengunjung lakukan.
2. Mengedepankan pengalaman virtual yang *high-tech* dan *high-touch* serta mampu memberikan *long lasting memories*.
3. Kebersihan dan kenyamanan lokasi aktivitas wisata serta penerapan protokol Kesehatan.

4. Analisis Trend

Analisis trend adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui suatu fenomena yang populer baik yang sedang berlangsung maupun yang akan berjalan di masa waktu tertentu pada berbagai kalangan usia. Seiring dengan perkembangan yang ada, tren dengan pemanfaatan teknologi digital memiliki tingkat peminat dan pengguna yang terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Melalui hal ini seluruh usaha bisnis pun memanfaatkan tren ini dalam pengembangan usaha yang dimiliki terutama pada sektor pariwisata. Berbagai cara dilakukan oleh seluruh sektor pariwisata dalam memperkenalkan dan mengembangkan aktivitas wisata yang ditawarkan kepada seluruh kalangan usia agar dapat memberikan daya tarik dengan mengkombinasikan aktivitas wisata dengan teknologi digital salah satunya adalah *virtual tour*. Menyesuaikan dengan kondisi yang ada perlahan-lahan bisnis pariwisata pun mulai dibuka kembali dengan penerapan protokol kesehatan. Hal ini menjadikan penggunaan *virtual tour* pun cukup menurun karena sebagian besar lebih memilih untuk mengunjungi tempat wisata secara langsung. Tentunya harapan dari konsumen adalah munculnya inovasi baru yang dapat mereka rasakan secara langsung di tempat rekreasi yang mereka kunjungi. Melalui hal ini menjadikan peluang untuk menciptakan aktivitas wisata berbasis digital yang memberikan sensasi rekreasi tanpa mengurangi nilai wisata.

Hasil analisis yang telah didapatkan merupakan suatu gambaran dan argumentasi adanya peluang bisnis yang tersedia pada sektor pariwisata terutama pada pengembangan aktivitas wisata berbasis digital sesuai dengan keinginan konsumen melalui tren yang tengah berkembang di berbagai kalangan usia.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Rekreasi selalu menjadi tujuan utama seseorang dalam melakukan suatu perjalanan wisata. Karena melalui hal ini mereka dapat menyegarkan kembali kondisi diri dari kepenatan/kejenuhan dengan rutinitas yang dijalani. Dalam mencapai tujuan rekreasi, tentunya didukung oleh aktivitas yang akan memberikan perasaan senang dan bahagia pada wisatawan. Melalui peluang yang ada perusahaan hadir sebagai pionir wisata baru dalam memberikan *core customer value* dalam bentuk program aktivitas wisata berbasis digital. Program aktivitas ini akan tersedia di taman bertema Dunia Fantasi (Taman Impian Jaya Ancol), Jakarta dengan nuansa theater 360° yang akan memberikan kesan eksistensi pengalaman baru dalam berlibur

bertemakan fantasi. Dengan fokus utama mengkombinasikan 4 media yaitu digital, audio, visual dan gerak.

Melalui pengembangan teknologi informasi berbasis digital yang mengalami peningkatan ketertarikan di seluruh kalangan yang ada kami melihat hal ini akan menjadi peluang bisnis. Pengembangan aktivitas wisata ini akan melibatkan teknologi digital dengan nuansa tema fantasi yang menjadikan pengunjung dapat merasakan sensasi masuk seutuhnya dan bergerak bebas dalam ruang digital yang membuat pengunjung merasakan sedang berada secara nyata di tempat rekreasi tersebut.

Pemilihan Dunia Fantasi sebagai tempat perealisasiian bisnis dikarenakan tempat ini telah memiliki kunjungan wisata yang tinggi, adanya program *annual pass* sebagai *potential customer*, terletak pada lokasi yang strategis serta sudah dikenal secara luas oleh masyarakat, sehingga nantinya dapat menciptakan kesatuan pengalaman berwisata yang menyenangkan dari program aktivitas yang berkualitas.

Tujuan bisnis ini adalah meningkatkan benefit perusahaan dan menciptakan pasar yang lebih luas. Sesuai dengan tujuan tersebut, penulis juga memperhatikan *customer value* untuk memberikan pengalaman rekreasi yang menarik, meningkatkan eksistensi media sosial pengunjung melalui momen yang diabadikan selama menjalankan program aktivitas, serta memberikan nilai edukasi. Manfaat lainnya dari bisnis ini dapat membantu *theme park management* dalam:

- Meningkatkan tingkat ketertarikan (*number of visitor*) dan nilai penjualan perusahaan.
- Memberikan aktivitas rekreasi baru dengan pengalaman berinteraksi dengan tempat rekreasi dunia secara virtual.
- Meningkatkan *brand image* sebagai taman bertema.

2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.3 Logo Perusahaan
Sumber: Olah data, 2022

Makna Logo:

- **Globe/Bola Dunia:** Melambangkan keluasan dan kualitas internasional/mendunia. Harapannya perusahaan ini dapat menghadirkan kualitas terbaik berskala internasional tanpa mengurangi nilai kebudayaan Indonesia.
- **Garis Lengkung:** Melambangkan keanggunan, gerakan dinamis, pertumbuhan yang selalu meningkat.
- **Perpaduan 10 garis disertai warna:** Melambangkan nilai persatuan dan kesempurnaan.
- **Tulisan:** Melambangkan identitas perusahaan yang didirikan.
- **Makna warna:**
 - **Hijau:** Sumber kehidupan, kesegaran, dan rasa aman.
 - **Kuning:** Kebahagiaan, harapan dan kejayaan.
 - **Orange:** Hangat, optimisme dan bersemangat.
 - **Merah:** Gairah, cinta, kegembiraan, energi, dan tekad.
 - **Ungu:** Kreativitas, imajinasi yang tinggi serta elegan.
 - **Biru Tua:** Meningkatkan ekspresi verbal, komunikasi, dan kekuatan.
 - **Biru Muda:** Membawa kepercayaan dan profesionalisme.

3. Identitas Bisnis

Data Pemilik

Nama Pemilik : Mann Manda
Alamat : Jl. Dr.Setiabudhi no.157F, Kota Bandung
Email : mann.manda@gmail.com
Pengalaman Kerja : Marketing Trainee of Bali Safari Park, Gianyar 2021

Data Perusahaan

Nama Perusahaan : CV. IVAR Digitalize
Alamat : Jl. Lodan Timur No.7, RW.10, Ancol, Kec.
Pademangan, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 14430
Bidang Usaha : Pariwisata
Jenis Usaha : Penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi
Jenis Produk : Aktivitas Wisata Rekreasi
Kontak : (+62) 82125466614
Alamat E-mail : ivar@ivardigitalize.com
Facebook : Ivar Digitalize
Instagram : @ivardigitalize.id
Website : www.ivardigitalize.com

C. Visi dan Misi

VISI

Menjadi pionir penyedia kegiatan hiburan dan rekreasi berbasis digital yang unggul, berkualitas dan berskala internasional.

MISI

- Menghadirkan program aktivitas wisata yang mampu bersaing dan bersinergi sesuai tren digital yang berkembang pada dunia pariwisata.
- Melibatkan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki secara profesional untuk menjaga kualitas perusahaan dan kepuasan pelanggan.
- Merencanakan strategi pemasaran secara efektif dan efisien dengan membuka serta menjalin peluang kerja sama dengan mitra kerja

D. Industry Analysis

Dalam melihat faktor peluang dan memperkuat data yang telah didapatkan terkait rencana bisnis “Imagination Vacation Room”, perusahaan pun melakukan metode analisa peluang melalui Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat*).



Gambar 1.4 Analisis SWOT

Sumber: Olah data, 2022

Matriks Pembobotan

Langkah selanjutnya adalah menganalisa faktor internal dan eksternal yang didapatkan dengan nilai bobot menggunakan IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*External Factor Analysis Strategy*).

INTERNAL FACTOR ANALYSIS STRATEGY

Tabel 1.2 *Internal Factor Analysis Strategy*

No	<i>Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)</i>	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
<i>Strengths</i>				
1	<i>Brand image</i> sebagai kawasan rekreasi.	30	4	120
2	Memiliki area rekreasi yang luas dan fasilitas yang lengkap.	30	3	90
3	<i>One stop destination</i> .	20	4	80
4	Berpengalaman dalam pengelolaan industri pariwisata.	10	3	30
5	Pemanfaatan metode digitalisasi pada penjualan tiket.	10	2	20
Total		100		340
<i>Weakness</i>				
1	Beban <i>fixed cost</i> yang tinggi.	30	2	60
2	Realisasi investasi.	30	2	60
3	Perawatan fasilitas.	20	3	60
4	Jumlah karyawan yang terbatas.	20	2	40
Total		100		220

Sumber: Olah data, 2022

EXTERNAL FACTOR ANALYSIS STRATEGY

Tabel 1.3 *External Factor Analysis Strategy*

No	<i>External Factor Analysis Strategy (EFAS)</i>	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
<i>Opportunities</i>				
1	Lokasi perencanaan.	30	4	120
2	Aktivitas dengan tema fantasi mengunjungi destinasi terkenal dunia.	30	3	90
3	Pemanfaatan perkembangan teknologi di era digital.	20	3	60
4	Ketertarikan masyarakat terkait trend <i>virtual reality</i> terus meningkat.	10	3	30
5	Keterbatasan mobilitas masyarakat untuk mengunjungi destinasi luar negeri.	10	2	20
Total		100		320
<i>Threats</i>				
1	Perkembangan trend teknologi yang bertumbuh pesat.	20	3	60
2	Peningkatan jumlah kasus positif covid-19.	30	2	60
3	Kemungkinan munculnya pesaing baru.	20	2	40
4	Biaya sewa maupun pajak tempat yang cenderung naik setiap tahun.	30	1	30
5	Stigma masyarakat <i>crowd-phobic</i> .	10	2	20
Total		100		210

Sumber: Olah data, 2022

Kuadran Nilai SWOT

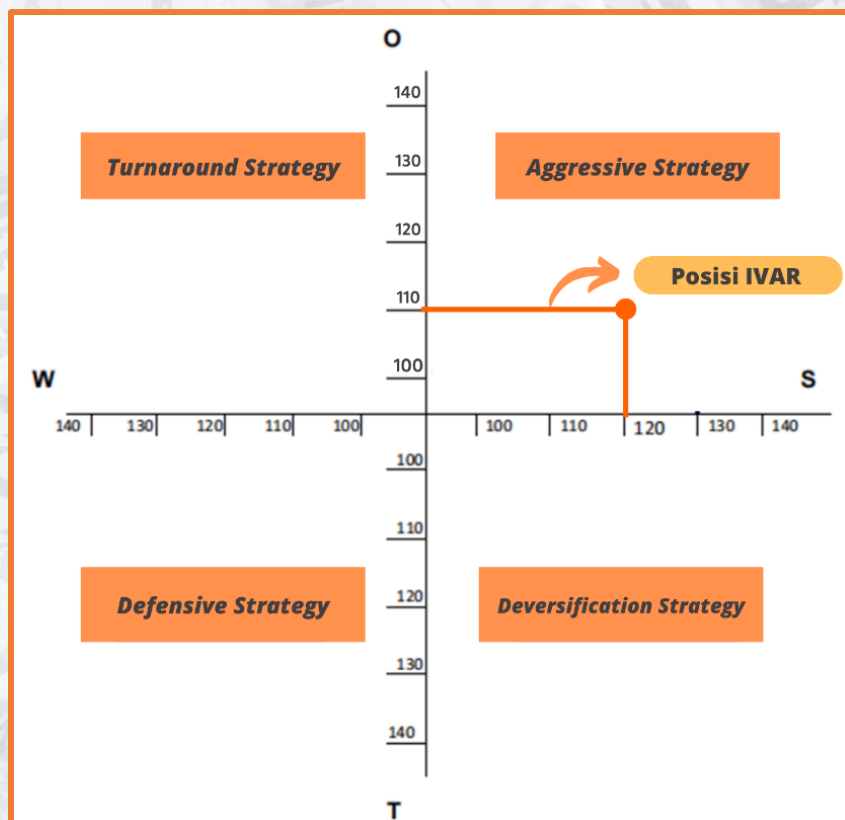
Sesuai dengan perhitungan IFAS dan EFAS, berikut merupakan kuadran nilai SWOT untuk menentukan koordinat dalam diagram analisis SWOT yang berfungsi untuk menentukan strategi yang tepat.

Tabel 1.4 Nilai SWOT

No.	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strengths	340
2	Weakness	220
Selisih (S-W)		120
3	Opportunities	320
4	Threats	210
Selisih (O-T)		110
Koordinat		120,110

Sumber: Olah data, 2022

Matriks Posisi Perusahaan



Gambar 1.5 Matriks Posisi Perusahaan

Matriks diatas menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran I dengan strategi agresif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang baik dan dapat memaksimalkan perkembangan unit usaha sesuai dengan minat pasar.

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

CV. IVAR Digitalize memiliki produk utama penyediaan program aktivitas wisata berbasis digital yang dikenal sebagai Imagination Vacation Room. Program aktivitas ini berupa ruangan digital yang dilengkapi dengan layar 360° dengan fitur-fitur seperti *Augmented Reality* (AR) yang bertujuan untuk memberikan *exposure* di media sosial para pengunjung. Hal ini bertujuan agar ketika pengunjung menangkap foto maupun video selama berada dalam ruangan digital ini tampilan pada layar akan seakan-akan hidup pada kamera pengunjung. Program aktivitas ini tentu berfokus dalam memberikan pengalaman wisata baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi disertai dengan tren yang berkembang saat ini.

Program aktivitas ini pun diinisiasikan untuk menjawab setiap masyarakat yang ingin berwisata namun terhambat dengan waktu yang ada, persyaratan perjalanan yang rumit, biaya yang sangat besar, dan lain sebagainya. Sehingga melalui hal ini Imagination Vacation Room hadir untuk menciptakan aktivitas wisata baru yang memberikan sensasi layaknya sedang mengunjungi destinasi terkenal dunia yang memiliki keunikan dan sangat populer dikalangan seluruh masyarakat dunia. Destinasi yang ditampilkan pun beragam mulai dari destinasi terkenal di Indonesia hingga Internasional. Seluruh pilihan destinasi telah dikelompokkan melalui kategori yang ditawarkan melalui program aktivitas wisata Imagination Vacation Room diantaranya petualangan, budaya, kesehatan, olahraga dan seni, serta horror.

Pengunjung bukan hanya menyaksikan saja melainkan ada aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung selama berada dalam ruang digital Imagination Vacation Room. Fasilitas yang ada pun beragam seperti dokumentasi 360° berupa video singkat dan hasil *printing* dengan latar belakang adalah destinasi terkenal dunia sesuai pilihan pengunjung, penyewaan baju dan aksesoris lainnya sesuai dengan pilihan destinasi yang ada di Indonesia maupun negara lainnya. Keseluruhan program aktivitas ini telah dikemas sedemikian rupa dalam menjawab setiap keinginan pengunjung terhadap suatu program aktivitas wisata yang dapat memberikan pengalaman dan kepuasan selama melakukan kunjungan wisata. Perusahaan terus melakukan survei terkait tingkat kepuasan pengunjung serta tren yang tengah berkembang untuk mengoptimalkan program aktivitas wisata berbasis digital ini terus memberikan pengalaman menarik, pemenuhan nilai rekreasi dan edukasi, serta nilai kepuasan kepada seluruh pengunjung.

F. Aspek Legalitas

Bentuk kepemilikan perusahaan berupa CV (*Commanditaire Vennootschap*) dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Efisiensi Pajak

CV sebagai badan usaha yang memiliki struktur lebih sederhana karena tidak adanya pemisahan kepemilikan dan kekayaan pemilik dengan perusahaan sehingga hanya Pph badan usaha yang akan dikenakan pajak, sedangkan pemilik tidak akan dikenakan Pph.

2. Pengembangan Kepemilikan

Perusahaan yang akan mengembangkan bentuk kepemilikan dari CV menjadi PT (Perseroan Terbatas) tidak perlu melakukan penyeteroran modal sebesar Rp. 50.000.000. Sedangkan perusahaan dengan bentuk kepemilikan PT sejak awal diwajibkan untuk melakukan penyeteroran modal sebesar nilai tersebut yaitu Rp. 50.000.000.

3. Penekanan Biaya

Bentuk badan usaha CV memberikan tingkat fleksibilitas sekutu aktif dalam menggerakkan perusahaannya sehingga dengan jumlah karyawan CV yang kurang dari 20 orang, akan sangat menekan biaya sumber daya manusia terkait kontribusi sekutu aktif yang besar. Melalui hal ini, berikut adalah keperluan legalitas yang dibutuhkan dalam membangun perusahaan dengan bentuk kepemilikan berupa CV yaitu:

- 1) Akta notaris pendirian CV
- 2) Surat keterangan domisili perusahaan
- 3) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) badan usaha
- 4) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- 5) Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang memerlukan dokumen terkait tanah, NPWP, izin lokasi, izin lingkungan (SPPL), dan Izin Membangun Bangunan (IMB) apabila perusahaan membangun area sendiri. Namun jika area merupakan hasil sewa atau kerja sama maka TDUP perusahaan hanya sebagai konsultan pariwisata dan melampirkan perjanjian penyewaan area, dengan pihak pemilik tanah/area yang akan memenuhi kebutuhan dokumen terkait perizinan lokasi badan usaha yang akan didirikan.