

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teh merupakan minuman yang mengandung kafein yang memiliki fungsi menutrisi dan menstimulasi tubuh yang terbuat dari seduhan atau infusi tanaman *camellia sinensis*. Tanaman (daun) teh (*Camellia sinensis*) adalah spesies tanaman yang daun dan pucuk daunnya digunakan untuk membuat teh. Teh adalah bahan minuman yang secara universal dikonsumsi di banyak negara serta berbagai lapisan masyarakat (tuminah, 2004).

Teh juga merupakan jenis tanaman yang populer di dunia. Diawali oleh penemuan teh di China, tanaman ini mulai merambah ke berbagai negara lain, seperti Portugal, Jepang Inggris dan Indonesia sendiri. Catatan sejarah menyebut, teh pertama kali ditemukan di China oleh Kaisar Shen Nong, bapak pertanian dan kedokteran, pada tahun 2373 Sebelum Masehi. Pada abad ke-7, teh diekspor ke China dan Korea. Pada abad ke-12, teh menjadi kebiasaan di Jepang. Orang China yang bepergian ikut membawa teh bersama mereka ke banyak negara Asia lainnya, termasuk Indonesia. (sejarah teh hingga menjadi terpopuler didunia, 2020) Di Indonesia sendiri, jenis teh bisa dikategorikan dalam 4 macam. Teh hijau, yang merupakan varian teh yang paling sering dikonsumsi dan ditemukan dipasaran. Teh hitam, yang memiliki cita rasa yang lebih kuat, dan teh oolong, yang banyak digemari karena aromanya yang lembut dan kaya rasa, serta teh putih yang memiliki rasa yang sangat ringan daripada jenis teh lainnya.

Selain itu, di Indonesia meminum teh sudah menjadi kebiasaan sehari-hari, baik itu diminum setelah sarapan, makan siang, atau bahkan makan malam. Kebiasaan minum teh juga merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh berbagai kalangan, mulai dari anak kecil, remaja, hingga dewasa, dari kalangan bawah, hingga kalangan atas. Oleh karena itu semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi teh, maka semakin tinggi pula peluang bagi pengusaha kedai teh.

Seperti yang dijelaskan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi kedai merupakan “bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya); warung”. Pada saat ini bisnis kuliner di Indonesia adalah usaha yang cukup berkembang dengan pesat. Banyaknya wirausaha yang bersaing untuk menawarkan produk di bidang kuliner, termasuk di kabupaten Subang.

Subang merupakan sebuah kabupaten yang penulis pilih untuk menjalankan bisnis di bidang makanan dan minuman. Subang merupakan kabupaten di provinsi Jawa Barat, dan ibu kotanya adalah Subang. Menurut survei yang telah penulis lakukan pada UPTD (Unit Pelaksana Teknis Dinas) DISDUKCAPIL (Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil) bahwasannya pada bulan September, tahun 2022 Kabupaten Subang memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.972.937 jiwa, yang terdiri dari 995.082 jiwa laki-laki dan 977.855 jiwa perempuan. Jumlah populasi penduduk yang tinggal di kabupaten Subang tersebut akan bertambah dengan adanya kunjungan wisatawan domestik. Dan dengan adanya jalur yang mengakses jalur perbatasan kabupaten Subang dengan kabupaten Bandung barat yang dimana jalur ini sangat nyaman untuk

dilalui dengan panorama alam yang indah dengan hamparan kebun teh yang udaranya sejuk, maka dari itu diharapkan banyak wisatawan domestik yang melewati dan singgah di kabupaten Subang.

Selain itu, di kabupaten Subang banyak wisata yang sedang digemari oleh masyarakat Indonesia, terlebih dikota Subang banyak sekali wisata baru sehingga banyaknya kunjungan wisata menjadikan kota subang sebagai target wisata untuk berlibur diakhir pekan.

Berdasarkan data yang diambil dari DISDUKCAPIL (Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil) kabupaten Subang pada tahun 2022, bahwa kunjungan Wisnus (Wisata Nusantara) sebanyak 2.569.411 jiwa dan Wisman (Wisata Mancanegara) sebanyak 773 jiwa. Tidak hanya itu penulispun telah melakukan riset berupa pengajuan kuesioner terhadap sejumlah responden yang ada, dan berikut hasil angket kuesioner :

TABEL 1.1
SURVEY LINGKUNGAN MELALUI KUISIONER

Kuesioner	Hasil Kuesioner
Apakah pekerjaan anda ?	Pelajar = 30% Mahasiswa = 16,3% Wirausaha = 8,2% Lainnya = 44,9%
Berapakah usia anda saat ini ?	16-20th = 3% 21-25th = 16% 25-30th = 8% >30th = 38%
Apakah anda menyukai teh ?	YA = 98% TIDAK = 2%
Apakah anda tertarik jika ada kedai teh dikota Subang?	YA = 98% TIDAK = 2%

Kuesioner	Hasil Kuesioner
Berapakah biaya yang anda keluarkan sekali pergi ke kedai teh/kopi?	30.000-60.000 = 76% 60.000-100.000 = 16% 100.000-150.000 = 6% >150.000 = 2%
Apakah anda tertarik dengan konsep kedai teh indoor atau outdoor ?	Indoor = 6% Outdoor = 32% Indoor dan outdoor = 62%
Jenis minuman teh seperti apakah yang anda sukai?	Pure /teh alami = 3% The campuran /mocktail = 66%
Apakah anda menyukai konsep kedai teh yang klasik atau modern?	Klasik = 74% Modern = 26%

Sumber : Olahan penulis, (2022)

Dari tabel diatas penulis melakukan survey lingkungan melalui kuesioner kepada responden wilayah kabupaten Subang dengan cara membagikan Link kuesioner yang telah penulis buat melalui Google Form dan ada 57 responden yang telah mengisi link tersebut dengan data seperti tabel diatas.

Dari tabel diatas dapat dilihat penikmat teh yang cukup tinggi, sehingga hal ini dapat menjadi peluang usaha yang dapat dilaksanakan di kabupaten Subang, dengan ini penulis mempunyai harapan usaha kedai Tea`Thering ini bisa menjadi trend bagi masyarakat luas. Tetapi jika dilihat dari angka populasi di kabupaten Subang sangatlah sedikit dan juga sampai saat ini masih jarang yang mendirikan usaha kedai teh maka dari itu, penulis sadar bahwa mendirikan usaha di kabupaten Subang akan mengurangi pesaing.

TABEL 1.2
JUMLAH USAHA PESAING DI KABUPATEN SUBANG

NO	NAMA	LOKASI	JARAK
1	Kopi Bukit Ciater	Jl. Raya Cidadas, Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	0,3 KM
2	Kopi Karamat Ciater	Jl. Raya Ciater No.1, Ciater; Kab. Subang, Jawa Barat 41281	2,3 KM
3	Warung Zajanan Ciater	Jl. Ciater Lama, Gg. Masjid, Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	2,6 KM
4	Kedai Kopi Sangkuriang	Jl. Raya Ciater, Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	2,7 KM
5	Café Wangsadipa	Jl. Sariater, Ciater, Kec. Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	2,8 KM
6	Wah Kopi	Jl. Raya Ciater, Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	3,2 KM
7	Warkop Bu Ti	Jl. Ciater, Kec. Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	3,4 KM
8	Café Te@ras	Jl. Ciater, Kec. Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281	3,4 KM

Sumber : googlemaps (2022) Olahan penulis

Tabel diatas merupakan data pesaing kedai Tea'Thering, yang dimana salah satunya yaitu kedai kopi sangkuriang yang menjadi pusat pesaing paling tinggi karena selain menyediakan berbagai varian menu minuman dan makanan tetapi juga menyediakan fasilitas dan layanan yang sangat bagus, tempat yang nyaman dan juga tersedianya drive-through dan untuk harga minuman mulai dari 10k-20k, dan untuk harga makanannyapun sama mulai dari 10k-20k. bahkan kedai kopi sangkuriang ini memiliki rating hingga 5,0 Bintang.

Penulis menyadari bahwasannya dari perbandingan data diatas dan halaman sebelumnya, sangat cocok untuk membuka usaha di Kabupaten Subang. Maka dari itu penulis berencana membuat tugas akhir dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEA'THERING DI KABUPATEN SUBANG “**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Perencanaan bisnis kedai teh yang akan penulis dirikan adalah sebuah kedai teh yang akan menggunakan konsep tradisional dan modern tea yang dimana dengan menggunakan konsep ini akan memiliki daya tarik seluruh kalangan dari mulai anak-anak, remaja, hingga dewasa. Dan kedai teh ini akan diberi nama (Kedai Tea`Thering). Di kedai Tea`Thering ini juga selain menyediakan minuman teh tetapi juga menyediakan makanan ringan seperti : *cookies*, *muffin* dan *pancake*. Selain dari produk dan penyajian yang menjadi ciri khas kedai tea`Thering dengan fasilitas yang disediakan tetapi juga pemandangan yang didapat oleh kedai tea`Thering yaitu langsung menghadap ke kebun teh. Usaha yang tengah dirancang oleh penulis merupakan usaha yang bergelut dibidang makanan dan minuman. Konsep usaha yang penulis rancang merupakan tradisional dan modern tea yang dimana tradisional dan modern tea ini berasal dari produk dan penyajian yang kedai Tea`Thering gunakan.

Untuk konsep tradisional itu berasal dari produk teh yang tradisional dan di kedai Tea`Thering ini hanya menyediakan 4 jenis tradisional tea diantaranya : *Black tea*, *White tea*, *Oolong tea*, dan *Green tea*. dan dari minuman campuran/mocktail yang berbahan dasar tea seperti : Milk tea dan Gula aren milk tea.

Dan untuk konsep modernnya berasal dari cara penyajian yang akan kedai Tea`Thering gunakan yaitu standar Eropa dimana pada saat menyajikan secangkir teh dilengkapi dengan *cookies* disampingnya. Dan

juga kedai Tea`Thering akan menyediakan sebuah notes yang berisi tentang pengetahuan teh yang dipesan oleh pelanggan yang bertujuan agar pelanggan tidak hanya menikmati secangkir teh tetapi juga mendapatkan pengetahuan tentang teh.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Kotler (2009:258) “Nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan produk atau jasa dari para pesaing.”

Dari teori diatas, penulis menyadari bahwasannya begitu penting sebuah nama/brand dalam suatu usaha, dengan begitu penulis akan menggunakan nama pada usaha kedai yang penulis buat yaitu “Teathering”.

Penulis pun memberi nama “Kedai Tea`Thering “ yang merupakan singkatan dari *Tea-Gathering* dan memiliki makna mengumpulkan atau menampung orang-orang yang ingin menikmati teh, maka dari itu penulis memilih nama tersebut dengan penuh harapan bisa menjadikan kedai teh ini menjadi salah satu kedai yang dapat menampung banyak orang untuk singgah dan menikmati teh di kedai Tea`Thering.

GAMBAR 1.1
LOGO KEDAI TEATHERING



Sumber : Olahan penulis, (2022)

Logo adalah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual . logo dapat juga disebut dengan simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan.

Dalam membuat sebuah usaha logopun merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena hal tersebut akan menjadi sebuah identitas dari usaha yang akan didirikan.

Maka dari itu penulis membuat sebuah logo, adapun logo yang dibuat oleh penulis memiliki arti dari setiap gambarnya diantaranya :

1. Kata “Kedai Tea`Thering” merupakan nama brand dari usaha.
2. Gambar tangan, yang artinya adalah menanam benih teh sebagai upaya awal usaha ini dibentuk.
3. Benih, sebagai lambang dari arti nama ``*Gathering*`` yaitu mengumpulkan.
4. Gambar daun, sebagai simbol dari teh yang menjadi produk utama dari usaha.
5. Warna putih, cenderung digunakan untuk mengangkat kesan bersih dan higienis, sehingga memberi gambaran bahwa produk yang berada dalam kedai teathering tersebut sangat steril dan bersih sehingga layak untuk dimiliki.
6. Warna hitam, warna logo hitam ini untuk meningkatkan daya tarik akan kemewahan kepada konsumen untuk produk kedai teathering.

7. Warna hijau, karenanya berhubungan dengan warna pada daun teh yang memiliki warna hijau.
8. Warna coklat, dapat diartikan warna bumi yang dimana memberikan kesan hangat, nyaman dan aman.
9. Bentuk lingkaran, memberikan kesan yang berulang, tidak terputus dan tidak memiliki awal atau akhir sehingga akan abadi.

3. Identitas Bisnis

**GAMBAR 1.2
DENAH LOKASI**



Sumber : googlemaps.com, (2022)

Alamat : Kp. Nagrog RT.32 RW.07 Desa Palasari, Kec. Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281.

**GAMBAR 1.3
TEMPAT USAHA KEDAI TEATHERING**



Sumber : Olahan penulis, (2022)

C. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadikan kedai teh tradisional dengan penyajian internasional.

2. Misi

- a. Memberikan kenyamanan serta kepuasan di dalam menikmati teh tradisional kepada pelanggan.
- b. Mempertahankan cita rasa teh yang sudah melegenda secara turun-temurun.
- c. Melakukan standar penyajian teh yang di lengkapi dengan cookies.
- d. Dapat memenuhi selera para pengunjung dan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan
- e. Memberikan pelayanan yang memuaskan.

D. SWOT Analisis

Dalam suatu perencanaan bisnis, hal yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis yaitu analisa. Terdapat 4 faktor yang harus di analisa yaitu faktor kekuatan (*Strengths*), faktor kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threat*). Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6). Untuk membuat strategi yang akan digunakan perusahaan atau organisasi analisa ini sangat diperlukan dengan pemikiran yang inovatif dan kreatif, hal ini untuk meningkatkan daya saing dalam pasar bisnis. Dengan strategi analisa ini penulis berharap bisnisnya bisa berhasil mencapai tujuan. Berikut adalah analisis SWOT dari perencanaan “Kedai Tea’Thering “ di kabupaten subang :

1. *Strengths*

- a. Kedai Tea`Thering berada dilokasi yang strategis
- b. Pelanggan bisa menikmati teh langsung didekat kebun tehnya
- c. Terdapat koneksi WIFI yang kencang
- d. Konsep kedai yang tradisional dan modern
- e. Satu-satunya kedai teh yang berada di kabupaten subang

2. *Weakness*

- a. Sebagai bisnis baru, masyarakat masih belum mengenal produk dan kedai ini
- b. Diperlukan modal yang cukup besar
- c. Perlu promosi ekstra pada saat pembukaan

3. *Opportunities*

- a. Di kabupaten Subang belum terdapat banyak gerai/kedai minuman teh
- b. Lokasi yang strategi

4. *Threat*

- a. Adanya konsumen yang cenderung mengunjungi tempat-tempat yang sudah cukup familiar bagi mereka
- b. Semakin menjamurnya coffee shop/ kedai kopi sehingga meningkatnya daya saing bagi kedai Tea`Thering

TABEL 1.3
MATRIKS SWOT ANALYSIS



	<p align="center"><u>STRENGTH</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Berada dilokasi yang strategis - Menikmati teh langsung didekat kebun tehnya - Terdapat WI-FI - Konsep kedai yang klasik dan estetik - Satu-satunya kedai teh yang berada di kabupaten Subang 	<p align="center"><u>WEAKNESS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sebagai bisnis baru, masyarakat masih belum mengenal produk dan kedai teh ini - Diperlukan modal yang cukup besar - Perlu promosi ekstra pada saat pembukaan
<p align="center"><u>OPPORTUNITIES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Di kabupaten Subang belum terdapat banyak gerai/kedai minuman teh - Lokasi yang strategis 	<p align="center"><u>ANALISIS S-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kedai Tea“Thering merupakan kedai teh satu-satunya yang berada di kabupaten Subang - Dengan lokasi yang strategis, konsumen dapat menikmati teh langsung didekat kebun tehnya 	<p align="center"><u>ANALISIS W-O</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan promosi melalui media social - Memaksimalkan pelayanan yang memuaskan pelanggan
<p align="center"><u>THREAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Konsumen yang cenderung mengunjungi tempat- tempat yang sudah cukup familiar bagi mereka. - Semakin menjamurnya coffee shop/kedai kopi. 	<p align="center"><u>ANALISIS S-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Memperkuat konsep kedai Tea“Thering yang klasik, estetik dan unik sehingga menjadi daya tarik pelanggan agar menjadi kedai favorite pelanggan - Menyediakan fasilitas yang lengkap dan memadai - Melakukan pelayanan yang ramah tamah 	<p align="center"><u>ANALISIS W-T</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Karena kedai Tea“Thering ini bisnis baru maka dari itu mengedepankan promosi terlebih dahulu untuk menarik para pelanggan - Menyediakan produk dan pelayanan yang sangat baik juga tempat yang nyaman

Sumber : Olahan penulis, (2022)

E. Spesifikasi Produk/Jasa




Produk yang dijual di kedai Tea`Thering merupakan produk minuman yang dinuat dari bahan dasar berbagai macam jenis teh seperti teh hitam, teh putih, teh hijau dan teh oolong. Berbeda dengan para pesaing yang ada, kedai Tea`Thering menjual minuman dengan menggunakan daun teh asli dan juga bahan campuran lain yang berkualitas. Berikut merupakan produk-produk yang dijual di kedai Tea`Thering:

TABEL 1.4
SPEKIFIKASI PRODUK MINUMAN

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN	HARGA
1	-Black Tea -White Tes -Green Tea -Oolong Tea		Pada saat penyajian akan terdapat 1 tea pot, 2 tea cups, 1 <i>cookies on the side</i> dan sebuah notes tentang pengetahuan teh. Pada sajian teh, Penulis akan menggunakan teh bubuk dan membeli langsung dari supplier teh.	25-27k
2	-Milk Tea -Gula Aren Milk Tea		Gambar disamping merupakan kemasan untuk minuman campuran <i>dine in</i>	10-15k







Sumber : Olahan Penulis, (2022)

TABEL 1.5
SPEKIFIKASI PRODUK MAKANAN

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN	HARGA
1	-Chocolate Chips Cookies		Pada penyajian cookies penulis akan menggunakan <i>dessert plate</i> yang akan disesuaikan dengan kapasitas banyaknya cookies yang pelanggan beli	5-7k
2	-Pancake		Pada penyajian pancake pun penulis akan menggunakan <i>dessert plate</i>	10-15k
3	-Muffin		Dan untuk penyajian muffin penulis menggunakan <i>dessert plate</i>	10-15k

Sumber : Olahan penulis, (2022)

TABEL 1.6
SPEKIFIKASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN TAKE AWAY

NO	NAMA	KEMASAN	KETERANGAN	HARGA
1	- Black tea - White Tea - Green Tea - Oolong Tea - Milk Tea - Gula Aren Milk Tea	1.  2. 	Gambar 1 : merupakan kemasan untuk <i>takeaway</i> minuman panas dengan ukuran 360 ml. Gambar 2 : merupakan kemasan <i>takeaway</i> minuman dingin dengan ukuran 700ml.	25-27k
2	- Cookies	1.  2. 	Gambar 1 : merupakan kemasan <i>takeaway</i> untuk cookies, yang dimana pelanggan hanya membeli satu cookies saja. Gambar 2 : merupakan kemasan cookies <i>take away</i> , yang dimana pelanggan membeli cookies lebih dari satu.	5-7k
3	- Muffin		Gambar disamping merupakan kemasan <i>take away</i> untuk muffin	10-15k
4	- Pancake		Gambar disamping merupakan kemasan <i>take away</i> untuk Pancake	

Sumber : Olahan penulis, (2022)

Gambar yang bearada pada table diatas merupakan gambar yang penulis ambil dari google yang dimana penulis akan menjadikan gambar tersebut sebagai referensi di kedai Tea'Thering.

F. Jenis Badan Usaha

Saat merencanakan bisnis, pemilik bisnis harus memilih entitas bisnis yang akan digunakan. Hal ini masuk akal dari segi legalitas usaha, karena perusahaan mendapat perlindungan hukum langsung melalui pendaftaran pengusaha.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah :

Usaha yang dikelola oleh perorangan, rumah tangga, dan usaha dengan aset dan penjualan sampai dengan Rp 500 juta per tahun. Dengan kata lain, pendapatan yang dihasilkan oleh setiap pelaku usaha yang menjalankannya juga masih relatif kecil. Tak heran jika banyak UMKM yang menjalankan usahanya dari dalam rumah sendiri.

UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga jenis: usaha mikro, kecil, dan menengah.

1. Usaha mikro adalah jenis UMKM terkecil. Banyak juga orang yang menganggap jenis usaha ini sebagai usaha rumahan yang dijalankan oleh perorangan atau rumah tangga. Aset bangunan tidak termasuk dalam perhitungan bisnis di usaha mikro. Usaha mikro hanya memiliki omset tahunan maksimal Rp. 300 juta, berdasarkan pendapatan mereka. Aset perusahaan tidak termasuk tanah atau bangunan senilai lebih dari Rp 50

juta. Sistem administrasi keuangan yang kompleks belum diadopsi oleh para pelaku usaha.

2. Perusahaan kecil, yang lebih besar dari perusahaan mikro. UMKM khusus ini memiliki kisaran pendapatan Rp. 300 sampai Rp. 500 juta. Mereka harus mampu menjalankan bisnis yang cukup setiap tahun untuk mencapai Rp2 miliar.
3. Usaha Menengah Mayoritas UMKM adalah usaha menengah. Walaupun bisnis yang termasuk dalam kategori bisnis menengah memiliki omzet yang sangat tinggi, mereka tidak bisa dianggap sebagai perusahaan raksasa. Mereka bisa menghasilkan omset tahunan diantara Rp 500 juta rupiah sampai Rp 10 miliar.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas adalah tanda sah berdirinya sebuah usaha yang menjual produk atau jasa pada konsumen demi mendapatkan laba. Selain memiliki legalitas yang resmi, kegunaan dari aspek legalitas ini adalah sebagai tanda bahwa usaha yang kita jalani sudah memenuhi standar operasional dan keamanan, mendandakan bahwa sebuah produk sudah layak dikonsumsi, dan tentu saja demi mendapatkan kepercayaan publik.

Dokumen legalitas yang dibutuhkan dalam pendirian usaha dalam bidang kuliner adalah TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata). Dokumen ini wajib dimiliki oleh berbagai jenis usaha di sektor pariwisata. Kewajiban para perintis usaha untuk memiliki dokumen ini telah diatur didalam peraturan

menteri pariwisata No 18 Tahun 2016. Berikut adalah beberapa persyaratan umum yang harus dilengkapi untuk membuat izin TDUP :

1. Formulir Perizinan dan Surat Pernyataan (dengan materai Rp. 10.000).
2. KTP Pemilik dan Penanggung Jawab.
3. NPWP Pemilik dan Penanggung Jawab.
4. NPWP Perusahaan.
5. Akta Pendirian Perusahaan (PT, CV, Firma atau perorangan).
6. KTP dan Surat Kuasa Pengurusan (apabila dikuasakan).
7. Izin Gangguan (HO).
8. Sertifikat Laik Sehat (SLS).