

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Dimasa kini Internet menjadi media untuk manusia agar tetap terhubung dengan dengan dunia luas. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia mendorong perusahaan untuk menawarkan layanan secara online, baik melalui website maupun aplikasi mobile. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.

Penggunaan internet telah menjadi bagian mendasar dari kehidupan sehari-hari orang Indonesia, sehingga memungkinkan mereka untuk terhubung, berkomunikasi, mengakses data, dan terlibat dalam berbagai aktivitas online. Hal tersebut bisa kita tilik dari data survei tahun 2021 oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) mengkaji penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia. Mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan *instant messenger* untuk aktivitas online mereka dengan persentase sebesar 54,7%. Aktivitas berinternet terbanyak kedua di dunia maya adalah platform media sosial dengan pangsa 49,8%. Ketiga, dengan persentase 47,5%, orang suka menghabiskan waktu online untuk mencari informasi.

Tak dapat dihindari bahwasannya, pemakaian perangkat bergerak seperti telepon pintar (smart phones) atau biasa disebut telepon bergerak (mobile phones) semakin memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi secara online. Dengan kemudahan menu transaksi yang tersedia dan kegunaan aplikasi yang tinggi dapat meningkatkan keinginan pelanggan melakukan transaksi online (Ani & Noprisson, 2018). *Smart phones* menyertakan komponen perangkat keras seperti CPU, RAM, layar, dan baterai, sedangkan komponen perangkat lunaknya adalah aplikasi mobile. Aplikasi Mobile merupakan program siap pakai yang melakukan fungsi tertentu yang dipasang pada perangkat mobile (M.Siregar, 2016), dan dapat diakses secara luas serta tersedia melalui Platform seperti toko aplikasi App Store atau Google Play Store. Fungsi dari Aplikasi Mobile adalah sebagai sumber informasi dan juga dapat digunakan untuk jual beli. Selain itu, pengguna juga memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan individu lain melalui, pesan teks, panggilan suara, atau panggilan video.

Seiring dengan berkembangnya zaman, industri event turut beradaptasi dengan memperbanyak penggunaan teknologi. Penggunaan visual audio berkualitas tinggi serta pemasaran yang beralih ke system digital menjadi suatu kebiasaan baru sebagai bentuk pemanfaatan teknologi pada penyelenggaraan sebuah acara. Salah satu acara yang paling banyak diadakan di Indonesia adalah festival musik. Pengertian festival musik menurut (Wibisono, 2016) festival musik adalah sebuah penyelenggaraan acara musik yang dilakukan dengan mengundang banyak bintang tamu dalam satu waktu dan sifatnya masif sehingga bisa mendatangkan banyak pengunjung. Event musik menurut merupakan subsektor dengan pertumbuhan pesat sebesar dengan tingkat pertumbuhan

sebesar 7,26%, berdasarkan data dari survei Badan Ekonomi Kreatif 2015 (Putra, July 31, 2018). Beberapa konser mini dan festival musik besar telah dihidupkan kembali di Indonesia pada penghujung tahun 2022, berbagai acara musik kembali digelar, bahkan semakin meriah. Pada tahun 2022 - 2023 ada banyak festival musik baik mendatangkan artis-artis lokal yang diadakan oleh komunitas ataupun instansi, mulai dari Dewa 19, Raisa, Noah, dan masih banyak lainnya.

Di dalam festival musik banyak pihak-pihak yang terlibat mulai dari jasa Impresariat, jasa keamanan, fotografer, kuliner, transportasi, penginapan, rumah produksi, agen tiket, dan jasa pendukung panggung seperti *lighting* dan *sound system*. Melihat dampak pada semua fenomena ini, tidak berlebihan jika sebuah festival musik memberikan kontribusi bagi perkembangan perputaran ekonomi di berbagai sektor, karena mampu menyerap sumber daya manusia, menciptakan lapangan kerja dan tentunya menghasilkan penerimaan pajak negara. Tidak dapat dipungkiri bahwa penyelenggaraan sebuah festival musik membutuhkan proses persiapan yang terbilang tidak sebentar. Menurut Dewi Gontha, Presiden Direktur PT Java Festival Production, beliau mengungkapkan bahwa dibutuhkan proses yang panjang untuk menghasilkan festival musik berkualitas. Bahkan, dirinya membutuhkan waktu kurang lebih selama enam bulan untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Selain itu menurut Dewi Gontha ada faktor lainnya yang tidak kalah penting yaitu, pemilihan komposisi Musisi yang tepat juga diperlukan dalam hal ini. Carilah Musisi yang memiliki lagu yang sesuai dengan konsep acara dan juga memiliki banyak penggemar dari berbagai lapisan masyarakat di Indonesia, dilansir dari Venue Magazine (<https://venuemagz.com/tips/ini-cara-membuat-festival-musik-yang-baik/>). Adapun

pengertian dari Musikus sendiri adalah “Orang yang mencipta, memimpin, atau menampilkan musik; pencipta atau pemain musik” (KBBI Web), atau sebutan lainnya adalah Musisi.

Perencanaan Musisi mengambil peran penting dalam suatu festival musik karena di sebuah festival musik ada beberapa faktor yang bisa menghambat. Hal ini bisa kita lihat dari, apakah musisi tersebut cocok dengan branding dari sponsor atau media *partner* yang akan menjadi pendukung di festival musik yang akan diselenggarakan, jika tidak, untuk melakukan penyesuaian lagi membutuhkan waktu lebih lama. Dan pada realitanya mengontak artis tidak semudah itu. Berdasarkan dari pengalaman pribadi penulis bahwasannya ada beberapa Musisi, yang bisa membatalkan jadwal manggung dikarenakan sakit, ada kendala eksternal atau internal, adanya kepentingan pribadi atau kelompok, dan force major saat, di hari mereka seharusnya melakukan pertunjukan, bila ini berlangsung secara berulang dan berkesinambungan, maka akibatnya akan berdampak ke pihak penyelenggara dan juga bisa berpengaruh ke nama baik Musisi itu sendiri.

Seiring dengan tingginya permintaan Musisi, maka dibutuhkan manajemen musisi pada pengelolaan manajemen untuk membuat sebuah sistem yang dapat meningkatkan efektivitas dari pengambilan keputusan yang tepat, karena keputusan yang dikeluarkan dapat mempengaruhi perkembangan performa musisi kedepannya, peningkatan penjualan dan penghasilan seorang Musisi. Manajemen penjadwalan yang baik adalah salah satu kunci keberhasilan berlangsungnya aktivitas Musisi. Ada berbagai cara untuk menghubungi seorang Musisi, biasanya diarahkan untuk menghubungi Manajer dari Musisi tersebut. Sering kali mereka mencantumkan nomor Manajer di media sosial

Musisi itu sendiri, sehingga para Individu masih memiliki kesempatan untuk mengontak secara personal. Namun pada kenyataannya, Manajer seorang Musisi seringkali merespon secara pasif dan kurang informatif sehingga hal ini banyak menghambat individu dalam mendapatkan informasi terkait calon *talent*/artis. Dari fenomena tersebut untuk menghubungi seorang Musisi dibutuhkan media yang terorganisir agar lebih mudah untuk mendapatkan informasi mengenai jadwal ketersediaan untuk tampil serta harga yang ditawarkan dari Musisi itu sendiri, atau jika ingin lebih praktisnya bisa menggunakan jasa Impresariat atau sering disebut juga dengan Promotor. Namun tentunya ada harga yang harus dibayar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mengembangkan perencanaan aplikasi mobile untuk *booking* Musisi yang bernama Guestserve dikarenakan untuk membantu mempermudah pengguna aplikasi mobile dalam menampilkan daftar profil Musisi, harga yang ditawarkan Musisi serta pelanggan juga dapat memeriksa ketersediaan jadwal manggung para Musisi. Tujuan dari *mobile apps* ini adalah membantu para pengguna aplikasi untuk memperoleh informasi yang cepat, serta membantu dan memperluas pemasaran produk. Tujuan lain dari aplikasi ini untuk para Musisi adalah membantu para Musisi menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan popularitas Musisi, memudahkan untuk memasarkan jasa yang dijual para Musisi, serta dapat meningkatkan omzet Musisi itu sendiri. Target yang ingin dicapai dari bisnis ini adalah untuk para pengguna aplikasi agar lebih mudah dalam menemukan para musisi dari berbagai penjuru daerah di Indonesia, serta membantu para Musisi untuk memasarkan jasa mereka kepada para pengguna *Mobile Apps* Guestserve.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Guestserve merupakan usaha layanan berbasis mobile yang bergerak dibidang teknologi asal Indonesia yang berfokus di dunia entertain, *booking* Musisi. Beberapa elemen penting yang terlibat dalam sistem antara lain: Antarmuka Pengguna (User Interface/UI), Basis Data (Database), Back-end, Front-end, Sistem Pembayaran, Sistem Pemberitahuan (Notification), API (Application Programming Interface), Layanan Pelanggan, dan Sistem Keamanan. Dalam kegiatan operasionalnya, Guestserve memberikan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para Musisi yang ada di Indonesia. Diluncurkan pada tahun 2023. Guestserve menawarkan jasa untuk mem-*booking* Musisi yang dapat diakses melalui aplikasi mobile dimanapun dan kapanpun oleh para penggunanya, fitur yang ditawarkan dari aplikasi mobile Guestserve adalah Jadwal, Harga, Genre, Portfolio, Riders dari Musisi, dan Rekomendasi Musisi berdasarkan *budget* yang dimiliki para pengguna Aplikasi Mobile Guestserve.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 1.1
Logo Guestserve



Sumber: Database Penulis

Guestserve kepanjangan dari Guest Star Reserve, kata tersebut berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti Menyediakan Bintang Tamu. Bintang Tamu yang dimaksudkan disini adalah Musisi. Pada logo Guestserve terdapat corak not balok yang memiliki arti bahwa setiap Musisi menciptakan Melodi untuk dinikmati para pendengarnya. Serta lingkaran bulat diatas diartikan sebagai harapan agar Guestserve tetap berjaya. Untuk pemilihan warna logo, warna yang dominan berwarna hitam, warna hitam sendiri memiliki arti kuat yang dengan harapan bahwa Guestserve akan kuat untuk terus beradaptasi dan berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan para pengguna serta para Musisi. Serta warna putih yang berbentuk lingkaran pada tengah logo, memiliki arti modern dan *simple* yang diharapkan Guestserve menjadi jawaban dari individu/kelompok yang membutuhkan sebuah jasa untuk *booking* musisi secara mudah, aman, dan, cepat.

3. Identitas Bisnis

a. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : Guestserve
Tahun berdiri : 2023
E-mail : guestserve@gmail.com
Website : www.guestserve.com
Bidang Usaha : Aplikasi Mobile
Jenis Produk : Aplikasi *booking* Musisi

b. Lokasi dan Fasilitas Perusahaan

Lokasi : Jl. Jend. Basuki Rachmat No. 93 – 105, Surabaya
Fasilitas :
- Ruangan : *Meeting Room, Office Room, Pantry, Toilet, Gudang*
- Peralatan : Laptop, PC, Meja, Kursi, Printer Fotocopy, Papan Tulis, TV, Play Station 4, dan Dispenser
- Fasilitas : Wifi, listrik, dan air

C. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi penyedia aplikasi mobile *booking* Musisi Lokal yang pertama ada di Indonesia yang mudah, cepat, aman.

2. Misi

- a. Membuat pengalaman membooking musisi melalui aplikasi mobile Guestserve.
- b. Membangun sebuah aplikasi yang memudahkan para penggunanya
- c. Membantu para penggunanya beralih ke hasil yang lebih cepat dengan menggunakan Aplikasi Mobile
- d. Menciptakan sistem pembayaran yang aman serta transparan sesuai dengan prosedur dari aplikasi Guestserve

D. Analisis SWOT

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Menjadi yang pertama di Indonesia, karena belum ada aplikasi mobile untuk booking Musisi yang berfokus pada Musisi yang ada di Indonesia.
- b. Dapat digunakan dengan mudah oleh individu manapun, di lokasi mana pun, dan kapanpun, serta menghemat waktu pengguna dan mengurangi beban kerja pengelola musik.
- c. Proses yang pembayaran yang mudah dan transparan (tidak ada manipulasi) sehingga dapat menambah kepercayaan dari para pengguna Guestserve.

- d. Memiliki design yang *User Friendly Interface*.
- e. Menyediakan Dukungan Pelanggan yang Sangat Baik.
- f. Pengguna Internet di Indonesia tinggi.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Pemesanan mengharuskan pengguna Aplikasi Mobile Guestserve tersambung dengan Internet.
- b. Belum mencakup semua negara hanya untuk *booking* Musisi yang berasal dari Indonesia dan di hanya bisa di akses dari negara Indonesia.

3. *Opportunity* (Peluang)

- a. Terdapat banyak Musisi di Indonesia yang bisa dijadikan mitra oleh Guestserve.
- b. Terciptanya market karena di Indonesia terdapat banyak EO, WO, PEO, Promotor, Company, dan Individu yang membutuhkan jasa *booking* Musisi.
- c. Kepercayaan publik untuk menggunakan aplikasi meningkat karena di website rawan penipuan.

4. *Threat* (Ancaman)

- a. Terdapat kompetitor dengan fitur yang hampir sama dan lebih lengkap entertainer lainnya, serta aplikasi kompetitor yang dapat dijangkau melalui situs web.
- b. Aplikasi mobile tidak dapat dibuat secara instan dan perlu diperbarui secara terus menerus karena jumlah pengguna aplikasi meningkat guna untuk menghindari bug/kesalahan.

TABEL 1.1
Matriks Analisis SWOT

| Matriks Analisis SWOT | STRENGTHS | WEAKNESSES |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>a. Menjadi yang pertama di Indonesia, karena belum ada aplikasi mobile untuk booking Musisi yang berfokus pada Musisi yang ada di Indonesia.</p> <p>b. Mudah digunakan oleh siapa saja, di mana saja, kapan saja, menghemat waktu pengguna dan mengurangi beban kerja pengelola musik.</p> <p>c. Proses yang pembayaran yang mudah dan transparan (tidak ada manipulasi) sehingga dapat menambah kepercayaan dari para pengguna Guestserve.</p> <p>d. Memiliki design yang User <i>Friendly Interface</i>.</p> <p>e. Menyediakan Dukungan Pelanggan yang Sangat Baik.</p> <p>f. Pengguna Internet di Indonesia tinggi.</p> | <p>a. Pemesanan mengharuskan pengguna Aplikasi Mobile Guestserve tersambung dengan Internet.</p> <p>b. Belum mencakup semua negara hanya untuk <i>booking</i> Musisi Lokal Indie dari Indonesia dan di akses dari negara Indonesia.</p> <p>c. Pengisian filter pencarian harga Musisi sedikit lebih panjang, karena harus disesuaikan dengan detail kebutuhan user.</p> |

| OPPORTUNITIES | SO Strategy | WO Strategy |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>a. Terdapat banyak Musisi di Indonesia yang bisa dijadikan mitra oleh Guestserve.</p> | <p>a Meningkatkan branding dan citra aplikasi melalui kampanye media sosial dan iklan online agar meningkatkan kesadaran kalangan target pasar.</p> | <p>a. Menjalin kemitraan dengan perusahaan terkait seperti PCO, PEO, EO, WO, Company atau WO yang dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan memperluas jangkauan pasar.</p> |
| <p>b. Terciptanya market karena di Indonesia terdapat banyak EO, WO, PEO, Promotor, Company, dan Individu yang membutuhkan jasa <i>booking</i> Musisi.</p> | <p>b Memberikan Pengalaman Pengguna yang lebih baik dengan menyediakan fitur yang mudah digunakan dan ramah pengguna seperti sistem pembayaran online dan pemilihan musisi yang lebih mudah.</p> | <p>b. Memberikan layanan pelanggan yang baik dan menanggapi masalah atau keluhan pengguna dapat meningkatkan citra aplikasi dan membangun kepercayaan pengguna.</p> |
| <p>c. Kepercayaan publik untuk menggunakan aplikasi meningkat karena di website rawan penipuan</p> | <p>c Berfokus pada target pasar tertentu (Musisi di Indonesia). Dalam hal ini, Guestserve menyediakan jasa untuk acara yang membutuhkan musisi asal Indonesia.</p> | <p>c. Menawarkan harga yang lebih rendah daripada dengan pesaing dapat membantu menarik lebih banyak pengguna dan memperluas pasar.</p> |

| THREATS | ST Strategy | WT Strategy |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>a. Terdapat kompetitor dengan fitur yang hampir sama serta aplikasi kompetitor yang dapat diakses melalui website atau aplikasi mobile.</p> <p>b. Aplikasi mobile tidak dapat dibuat secara instan dan perlu diperbarui secara terus menerus karena jumlah pengguna aplikasi meningkat guna untuk menghindari bug/kesalahan.</p> | <p>a. Berfokus pada manfaat fitur yang sudah ada dalam program. Dalam hal ini, pengembangan fungsi baru, seperti memberikan rekomendasi musisi yang lebih akurat.</p> <p>b. Memberikan dukungan teknis yang baik seperti layanan pelanggan yang cepat dan efisien.</p> | <p>a. Menyusun SOP dan pedoman perusahaan dalam cara <i>booking</i> musisi untuk acuan bagi karyawan di tempat kerja.</p> <p>b. Bekerja sama dengan agensi para Musisi.</p> |

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

GAMBAR 1.2
Landing Page Aplikasi Mobile Guestserve



Sumber: Database Penulis

Produk yang ditawarkan oleh Guestserve adalah Aplikasi Mobile untuk booking musisi yang mudah, cepat, dan aman. Gambar 1.2 merupakan gambaran Landing Page dari aplikasi Mobile Guestserve. Seperti yang terlihat dari gambar di atas, terdapat penjelasan singkat mengenai aplikasi mobile ini agar pengguna dapat memahami kegunaan dari aplikasi mobile ini.

Nantinya pada aplikasi mobile Guestserve akan menampilkan banyak Musisi-musisi di Indonesia, memuat tentang Portofolio mereka, yang berisi tentang Biografi yang mencakup: Genre, Tanggal Ketersediaan, Pengalaman, dan Perkiraan Biaya dari Musisi itu sendiri yang sudah disetujui oleh pihak Manajemennya. Jika menurut user ini sudah memenuhi kebutuhan, user dapat langsung mengirimkan formulir ketertarikan kepada musisi sehingga musisi dapat menentukan tarif tetap dan melampirkan *riders* mereka yang harus disiapkan saat *event* berlangsung. Jika kedua

belah pihak setuju maka akan dilanjutkan ke proses pembayaran dan kontrak sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

F. Jenis/Badan Usaha

Dalam proses pendirian bisnis, PT. Guest Star Reserve (Guestserve) memilih badan usaha berbentuk perseroan terbatas (PT). PT adalah badan hukum yang berupa persekutuan modal dan didirikan berdasarkan perjanjian untuk melakukan kegiatan usaha (UU nomor 40 tahun 2007). PT Guest Star Reserve lebih memilih badan usaha berbentuk PT dikarenakan dari segi pembiayaan PT lebih unggul, karena memungkinkan perusahaan menerbitkan saham dan menjualnya kepada publik. Dalam hal ini, PT dapat memperoleh modal yang lebih banyak dibandingkan dengan jenis badan usaha lainnya, seperti usaha perseorangan atau kemitraan.

G. Aspek Legalitas

Ketika mendirikan sebuah perusahaan untuk berdagang syarat yang harus dipenuhi berdasarkan Peraturan Kepala Badan Pusat Statistik Nomor 19 Tahun 2017 mengenai Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia, penyelenggaraan Platform Digital adalah penyesuaian terhadap berbagai item yang terdapat dalam KBLI 47919.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan (Permendag 36/2007), SIUP merupakan surat izin yang diberikan kepada perusahaan untuk

menjalankan kegiatan usaha perdagangan. Dalam aturan tersebut, SIUP disebut sebagai Surat Izin Usaha Perdagangan.

Menurut Surabaya Single Window Pemerintah Kota Surabaya, syarat-syarat untuk pengajuan membuat SIUP Perseroan Terbatas yang baru akan dibuat, adalah:

TABEL 1.2 SYARAT-SYARAT PENGAJUAN SIUP UNTUK PT BARU

| No. | Nama Syarat |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Surat Permohonan SIUP (pencetakan sudah disediakan di aplikasi ssw.surabaya.go.id) |
| 2 | Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) Pemilik/ Pengurus/ Penanggung Jawab Perusahaan (apabila bukan merupakan penduduk Surabaya) |
| 3 | Surat Pernyataan Lokasi Usaha (pencetakan sudah disediakan di aplikasi ssw.surabaya.go.id) |
| 4 | Akta pendirian Perusahaan dan / atau perubahannya - Bagi Badan Usaha PT, Akta dilampiri Surat Keputusan pengesahan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia |
| 5 | Pas Photo digital terbaru Pemilik/ Pengurus/ Penanggung Jawab perusahaan |
| 6 | Surat Ijin dari atasan bagi anggota PNS/Tentara/Polri atau SK Pensiun |
| 7 | Untuk Permohonan Perubahan Modal Perusahaan Bagi Badan Usaha Perorangan, Firma dan CV melampirkan Neraca Perusahaan |
| 8 | Untuk Permohonan Penggantian : - Jika Hilang : Surat Keterangan Kehilangan dari Kepolisian yang dilaporkan oleh Pemilik/Pengurus/Penanggung Jawab Perusahaan - Jika Rusak : SIUP yang rusak |
| 9 | Surat Pernyataan Belum Memiliki SIUP (Khusus untuk permohonan Baru) Bagi Badan Usaha yang telah berdiri 3 bulan berdasarkan akta pendirian (pencetakan sudah disediakan di aplikasi ssw.surabaya.go.id) |
| 10 | Nomor Induk Berusaha (NIB) |
| 11 | Ijin Usaha |
| 12 | Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) |

Sumber: Surabaya Single Window Pemerintah Kota Surabaya

Apabila SIUP sudah terdaftar maka langkah selanjutnya adalah mendaftarkan Perseroan Terbatas. Sebagaimana dijelaskan pada Pasal UU nomor 40 tahun 2007 atau Kitab Undang Undang Hukum Dagang. Memiliki dokumen sebagai berikut:

1. Pengajuan Nama Perseroan Terbatas
2. Pembuatan Akta Pendirian PT
3. Pembuatan SKDP
4. Pembuatan NPWP
5. Pembuatan Anggaran Dasar Perseroan
6. Mengajukan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
7. Mengajukan Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
8. Berita Acara Negara Republik Indonesia (BNRI)