

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

Bisnis Pariwisata merupakan bisnis (Usaha) yang bergerak di bidang jasa maupun barang untuk melengkapi kebutuhan pelancong (wisatawan). Bisnis Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjanjikan untuk saat ini dan akan semakin berkembang kedepannya, hal ini terbukti dari peningkatan devisa negara setiap tahunnya dan menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara. Bisnis Pariwisata terbagi menjadi beberapa produk wisata, menurut Bukart and Medlik (1987:20) menyatakan produk wisata merupakan sebuah susunan produk yang terpadu, yang terdiri obyek wisata, atraksi wisata, transportasi, akomodasi dan hiburan yang mana setiap unsur yang dipersiapkan setiap perusahaan dan ditawarkan secara terpisah kepada konsumen. Menurut Burns and Holden (2000:20) menyampaikan bahwa produk wisata merupakan gabungan produksi dari beberapa faktor yang bisa dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, konsumen yang tertarik dengan tempat yang menarik, kebudayaan asli dan festival kebudayaan. Produk Pariwisata terdiri dari produk yang berwujud (*tangible*) maupun produk yang tidak berwujud (*Intangible*). Dapat disimpulkan bahwa produk wisata

merupakan sebuah produk yang terdiri dari beberapa gabungan komponen dari beberapa perusahaan yang berwujud (*tangible*) maupun tidak berwujud (*intangible*). Terdapat beberapa jenis yang bisa dikelompokkan ke dalam Produk Wisata, diantaranya :

1. Jasa Biro Perjalanan Wisata
2. Jasa Agen Perjalanan Wisata
3. Jasa Pramuwisata
4. Jasa Konvensi, Perjalanan insentif dan pameran
5. Jasa Penyelenggara Rekreasi dan Hiburan
6. Jasa Konsultan Pariwisata
7. Jasa Informasi Pariwisata

Menurut R.S Darmardjati (2009), Biro Perjalanan Wisata (BPW) merupakan perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang - orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri. Dapat disimpulkan bahwa Biro Perjalanan Wisata (BPW) merupakan suatu usaha yang berfungsi untuk mengatur dan menyelenggarakan suatu perjalanan. Terdapat 3 poin yang menjadi fungsi khusus Biro Perjalanan Wisata, yaitu :

- Biro Perjalanan Wisata sebagai perantara
- Biro Perjalanan Wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan *tour*

- Biro Perjalanan Wisata sebagai pengorganisasi dalam menggiatkan usaha, baik menjalin kerja sama dengan perusahaan dalam negeri maupun luar negeri

Sesuai dengan salah satu fungsi Biro Perjalanan Wisata diatas, Harsa Story hadir sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan *tour*, menjadi perantara konsumen, dan menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan dalam dan luar negeri. Biro Perjalanan Wisata (BPW) menghasilkan produk jasa berupa paket wisata, paket wisata terbagi kedalam beberapa golongan sesuai dengan jumlah dan jenis tounya. Berdasarkan jumlahnya paket wisata terbagi menjadi 2, diantaranya :

1. FIT (*Free Individual Traveler*), harga yang diberikan merupakan harga perorangan dimana tidak memperhitungkan jumlah peserta dan biasanya dipergunakan untuk “*packages*” (*ready made tour*)
2. GIT (*Group Inclusive Tour*) , harga yang diberikan berupa harga rombongan (dalam jumlah besar) dan memiliki batas minimum.

Harsa Story merupakan usaha Biro Perjalanan Wisata (*Tour and Travel*) yang berdiri sejak tahun 2021. Harsa Story saat ini sedang melakukan pengembangan di bidang pembuatan paket wisata FIT (*Free Individual Traveler*), yang berfokus kepada pembuatan *Honeymoon Packages by Harsa Story. Honeymoon*

Packages akan dikemas secara eksklusif dan dikemas secara khusus yang akan diberikan secara langsung kepada konsumen. Menghadirkan beberapa pilihan hotel, atraksi wisata, transportasi, dan tempat *dinner* pilihan menjadi salah satu program eksklusif yang Harsa Story miliki. Harsa Story akan menjadi salah satu *Tour and Travel* yang berkembang di *specialist Honeymoon Packages* kedepannya. Sebelum melakukan pengembangan Harsa Story sudah menyediakan paket wisata yang bersifat *Tailor Made Tour* serta Harsa Story melayani pemesanan tiket atraksi wisata maupun booking untuk hotel yang ada di Indonesia khususnya di Kota Bandung. Bisnis ini tercipta karena masih belum meratanya atau belum meningkatnya kepercayaan masyarakat yang tinggal di daerah terhadap OTA (*Online Travel Agent*). Harsa Story ingin memberikan kebahagiaan bagi setiap konsumen yang ingin melakukan perjalanannya, Harsa Story kian berkembang menyesuaikan dengan *trend* yang ada. Terciptanya Ide bisnis ini dikarenakan adanya fenomena pernikahan yang membludak pasca pandemi berdasarkan pra survei yang dilakukan oleh penulis. Kedepannya paket ini akan dipasarkan kepada *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* yang ada di Indonesia khususnya Kota Bandung yang nantinya produk ini akan dimasukkan kedalam *bundling wedding packages* sehingga akan meningkatnya nilai *selling Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner*.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Harsa Story adalah penggabungan kata dari “Harsa” yang berasal dari bahasa Sansekerta yang berarti bermakna dan “Story” yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti cerita. Disimpulkan bahwa Harsa Story merupakan gabungan beberapa bahasa, yang apabila digabungkan memiliki makna “Cerita yang bermakna” yang bertujuan agar setiap paket yang kami berikan kedepannya bermakna dan bisa memberikan memori yang baik bagi konsumen Harsa Story kedepannya.

Menurut Morioka (2019:16) logo merupakan simbol khas dari sebuah perusahaan jasa, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan. Merujuk kepada pengertian diatas maka penulis menciptakan logo Harsa Story sebagai berikut:

GAMBAR 1
LOGO HARSA STORY



(Sumber : Olahan Penulis, 2022)

Harsa Story memiliki logo yang tergabung dari beberapa gabungan bahasa dan juga gambar benda, dimana setiap bahasa dan juga gambar benda yang penulis buat didalamnya terdapat makna mendalam yang menggambarkan Harsa Story. Bentuk *Half Moon* dan *Sandals* bermakna “Di Setiap perjalanan paket wisata Harsa Story diharapkan adanya cinta dan keberuntungan ketika konsumen sedang melakukan perjalanan wisata bersama Harsa Story, selain itu *sandals* disini menggambarkan kesetiaan, kesederhanaan dan juga kenyamanan yang diharapkan setiap konsumen yang membeli paket wisata dan juga menggunakan jasa Harsa Story akan merasakan kenyamanan dan kemudahan”. Tulisan Harsa Story dan *Create Your Happiness With Us* pada logo menyatakan visi dari Harsa Story yang ingin membangun kebahagiaan bersama konsumen. Warna pink baik dari gambar benda dan juga tulisan yang terdapat di logo memberikan kesan kedamaian batin serta memberikan kesan kasih sayang ketika menggunakan jasa Harsa Story.

c. Identitas Bisnis

Nama Bisnis : Harsa Story
 Jenis Usaha : Tour & Travel
 Pemilik : Fathan Yasyir Farrand

Alamat Sosial Media

Facebook : Harsa Story
 Instagram : Harsa.story_

Youtube : Harsa Story

Contact Person

Whatsapp/Phone : +62 8995119902

E-Mail : harsa.story@gmail.com

B. Visi dan Misi

- Visi

Perusahaan harus memiliki Visi agar dapat mencapai yang menjadi tujuan setiap perusahaan. Visi merupakan apa yang kita bayangkan secara ideal yang akan diraih pada masa depan. Oleh karena itu Harsa Story membuat visi yang senantiasa ideal dan akan menjadi harapan yang harus diwujudkan kedepannya, tidak hanya harapan perusahaan tetapi harapan bagi setiap konsumen Harsa Story, oleh karena itu Harsa Story memiliki visi sebagai berikut:

“Menjadi Tour and travel dengan spesialisasi paket honeymoon terbaik, memorable, beragam, dan trendi”

- Misi

Visi tidak dapat direalisasikan apabila tidak memiliki misi, berikut merupakan misi Harsa Story :

1. Menciptakan paket wisata *honeymoon packages* yang *memorable* dan *unique*
2. Selalu memberikan pelayanan prima
3. Membangun dan memberikan fasilitas yang baik kepada *customer*

C. Gambaran Umum Model Bisnis

Diantara beberapa jenis model bisnis, beberapa pemilihan model berikut berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan bisnis yang akan penulis jalankan kedepannya:

- Pengembangan Produk: Harsa Story akan melakukan pengembangan paket perjalanan yang berupa Honeymoon Packages. Dimana nantinya paket tersebut akan dikemas semenarik mungkin untuk memikat perhatian Konsumen
- Kustomisasi dan Personalisasi: Dimana Konsumen Harsa Story nantinya bisa melakukan penyesuaian sesuai dengan keinginan konsumen. Tidak hanya dari segi biaya, Harsa Story bisa melakukan penyesuaian disisi Atraksi Wisata, *Driver Guide*, dan juga pemilihan Hotel.
- *Direct Selling*: Selain melakukan penjualan kepada *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* yang ada di Kota Bandung Harsa Story akan memasarkan secara langsung kepada Konsumen.
- Model Harga Tetap : Harga yang dijual Harsa Story umumnya akan diberikan harga yang relatif sama kepada setiap konsumen. Apabila Konsumen tersebut ingin menambahkan atau mengurangi suatu *products* maka akan ada harga penyesuaian yang diberikan.

D. SWOT Analysis

Bisnis dapat dijalankan dengan baik apabila sebuah bisnis tersebut bisa menganalisis dan bisa memenuhi kebutuhan konsumennya (Peluang). Menurut Bygrave dan Zacharakis (2011) peluang usaha adalah kombinasi dari pemikiran dan aksi untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan iklim pasar dari daerah/lingkungan konsumen. Sedangkan menurut Hendro (2011) berpendapat peluang bisnis dari sebuah inspirasi, ide, atau kesempatan yang muncul untuk dimanfaatkan bagi kepentingan seseorang baik dalam kehidupan sehari-hari atau dalam dunia bisnis. Dari beberapa definisi di atas, penulis membuat analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) pada pengembangan bisnis Harsa Story agar bisa mengukur peluang yang bisa didapatkan. Berikut analisa SWOT dari bisnis Harsa Story:

TABEL 1
ANALISIS SWOT

<p>SW</p> <p>OT</p>	<p>STRENGTH</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bergerak secara <i>offline</i> dan <i>online</i> 2. Berbasis <i>tailor made system</i> 3. Harga sesuai dengan keinginan tamu 	<p>WEAKNESSES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya tenaga kerja <i>officers</i> 2. Seasonal 3. Target pasar yang belum luas
<p>OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum banyaknya tour and travel yang produk utamanya spesialisasi di bidang <i>Honeymoon Packages</i> 2. <i>Specialist</i> merancang program <i>Honeymoon</i> untuk di destinasi Yogyakarta & Bali 3. Tailor Made Tour 	<p>SO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan paket wisata <i>Honeymoon</i> yang akan memenuhi kebutuhan semua konsumens 2. Paket wisata yang ditawarkan dapat membangun hubungan yang lebih <i>romantic</i> bagi pasangan baru 	<p>WO Strategies</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran dilakukan dengan melakukan pendekatan secara khusus kepada wedding planner maupun wedding organizer yang ada di kota Bandung 2. Bekerjasama sama dengan beberapa akomodasi yang ada di Yogyakarta maupun Bali yang akan memudahkan konsumen.

<i>THREATS</i>	<i>ST Strategies</i>	<i>WT Strategies</i>
1. Banyak dari <i>Competitor</i> memberikan harga yang lebih murah	1. Harga yang diberikan bisa menyesuaikan dengan keinginan konsumen	1. Memberikan harga yang mampu menyaingi kompetitor
2. Paket yang ditawarkan kompetitor lebih bervariasi	2. Program perjalanan bisa menyesuaikan dengan keinginan konsumen	2. Membuat program perjalanan yang lebih menarik

- ***Strength***

- **Bergerak secara *offline* dan *online***

Harsa Story membuka layanan pemesanan tiket baik berupa hotel maupun tiket pesawat dan kereta secara online maupun offline. Harsa Story bertujuan untuk membantu masyarakat yang tinggal di pedesaan agar mudah untuk melakukan pemesanan.

- **Berbasis *Tailor Made Tour***

Paket wisata yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen (*Tailor made tour*) akan menjadi salah satu kekuatan Harsa Story, karena tidak banyak terkadang *Tour Operatour* tidak mampu memenuhi semua kebutuhan konsumen.

- **Harga sesuai keinginan konsumen**

Harsa Story tidak mematok harga tinggi untuk pemesanan tiket pesawat maupun pemesanan kamar, Harsa Story akan

memberikan harga yang terbaik bagi konsumen. Harga yang relatif murah yang diberikan oleh Harsa Story akan menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh Harsa Story.

- ***Weakness***

- **Kurangnya tenaga kerja *officers***

Kurangnya SDM (*officers*) yang Harsa Story miliki dapat mempengaruhi Harsa Story dalam bersaing penjualan paket wisata, hal ini menjadi salah satu kelemahan bagi Harsa Story dalam memberikan pelayanan yang maksimal.

- **Seasonal**

Tidak setiap bulan kuantitas akan berjalan sama, terdapat beberapa bulan tertentu yang akan banyak dikunjungi.

- **Target pasar yang belum luas**

Produk hanya dipasarkan kepada beberapa *wedding organizer* maupun *wedding planner* yang ada di Kota Bandung menjadikan peminat paket *honeymoon* tidak terlalu banyak diminati.

- ***Opportunities***

- **Belum banyaknya *tour and travel* yang produk utamanya spesialisasi di bidang *Honeymoon Packages***

Berdasarkan dari pengamatan dan survei yang telah dilakukan oleh penulis, tidak banyak *Tour and Travel* yang menawarkan *Honeymoon Packages*, hal ini yang menjadikan Harsa Story melakukan pengembangan pembuatan *Honeymoon Packages*.

- ***Specialist* merancang program *Honeymoon* untuk di destinasi Yogyakarta & Bali**

Menurut Indonesia Travel Bali dan Yogyakarta merupakan tempat *romantic* untuk dikunjungi. Berdasarkan hasil pengamatan dan survei yang telah dilakukan oleh penulis sebagian besar calon konsumen merasa dimudahkan dengan adanya *Honeymoon Packages* dengan tujuan destinasi Yogyakarta & Bali.

- ***Tailor Made Tour***

Harsa Story menyediakan paket wisata tetapi apabila konsumen ingin merubah beberapa destinasi wisata Harsa Story dapat menuruti semua keinginan konsumen, hal ini yang akan menjadi salah satu *Opportunity* yang baik bagi Harsa Story kedepannya.

- ***Threats***

- ***Competitor* memberikan harga yang lebih murah**

Sebagian *Tour and Travel* memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga yang Harsa Story Jual, hal ini bisa menjadi ancaman bagi Harsa Story.

- **Paket yang ditawarkan *competitor* lebih bervariasi**

Ada beberapa *Tour and Travel* yang Harsa Story yang menjual *Honeymoon Packages* memiliki program yang lebih menarik.

Selesai mengetahui dan menentukan SWOT Analysis, selanjutnya ada tahapan Matrik Pembobotan, dimana berfungsi sebagai tata letak strategi yang akan digunakan sebuah perusahaan. Berikut adalah Matriks Pembobotan dari Harsa Story:

TABEL 2
PEMBOBOTAN *STRENGTH*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Bergerak secara offline dan online	30	4	120
2	Berbasis tailor made tour	25	4	100
3	Harga sesuai keinginan customers	45	5	225
Jumlah		100	-	445

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

TABEL 3
PEMBOBOTAN *WEAKNESS*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Kurangnya tenaga kerja officers	30	3	90
2	Kurangnya pengetahuan masyarakat luas mengenai Honeymoon Packages	40	4	160
3	Target pasar yang belum luas	30	5	150
Jumlah		100	-	400

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

TABEL 4
PEMBOBOTAN *OPPORTUNITIES*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Belum banyaknya tour operator yang menawarkan Honeymoon Packages	50	5	250
2	Customers merasa dimudahkan dengan adanya Honeymoon Packages dengan tujuan destinasi romantic yaitu Yogyakarta atau Bali	30	5	150
3	Customers bisa melakukan custom perjalanan sesuai yang diinginkan customers	21	3	63
Jumlah		100	-	463

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

TABEL 5
PEMBOBOTAN *THREATS*

No	Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
1	Competitor memberikan harga yang lebih murah	40	4	160
2	Paket yang ditawarkan lebih bervariasi	60	4	240
Jumlah		100	-	400

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

TABEL 6
SELISIH NILAI IFAS & EFAS

No	Indikator	Nilai Tertimbang	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strength	445	Opportunities	463
2	Weakness	400	Threats	400
Jumlah		45	Jumlah	63

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2023

Sehingga strategi yang diterapkan adalah strategi pertumbuhan Agresif (Growth Oriented Strategy).”

Hasil dari Kuadran Analisis SWOT, Harsa Story akan menetapkan SO Strategi, yang mana SO Strategi adalah perpaduan antara *Strength* dan *Opportunities*. Berikut merupakan SO Strategi dari Harsa Story :

- Menawarkan Honeymoon Packages dengan destinasi pilihan kota romantis
- Program perjalanan bisa menyesuaikan dengan keinginan konsumen.

E. Gambaran Produk dan Jasa

Menurut (Kotler dan Keller, 2013) Jasa adalah setiap perbuatan atau aktivitas yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud secara fisik atau intangible dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Harsa Story menawarkan produk berupa jasa untuk pemesanan kamar hotel, pemesanan tiket atraksi wisata, dan juga pembuatan paket wisata secara custom. Tidak hanya disitu Harsa Story kini berkembang mengikuti trend yang berlaku dimana nantinya kami akan berinovasi membuat paket honeymoon bagi pasangan muda.

Menurut Curran (1978:17) mengatakan bahwa ada beberapa sebab orang melakukan perjalanan wisata, diantaranya:

1. Ingin melihat bangsa - bangsa lain, bagaimana tata cara hidup mereka sehari - hari, cara bekerja, dan kehidupan sosialnya.

2. Ingin melihat dan menyaksikan sesuatu yang istimewa, unik andh atau langka, berbeda dengan apa yang ada di negaranya
3. Untuk memperoleh wawasan yang lebih luas, meningkatkan saling pengertian dan apa yang sedang terjadi di negara lain.
4. untuk mengikuti suatu peristiwa (*Events*) tertentu dan ingin berpartisipasi dalam peristiwa tersebut.
5. Untuk menghindari kegiatan rutin yang menimbulkan kejenuhan dan bosan
6. Menggunakan kesempatan yang ada, waktu senggang, uang tabungan, dan kondisi kesehatan yang memungkinkan
7. Untuk mengunjungi tanah leluhur nenek moyang atau orang tua atau kita dimana suatu keluarga pernah tinggal di masa lalu
8. menghindari dari pengaruh cuaca
9. Untuk tujuan pemulihan kesehatan
10. Untuk melihat berkembangnya kegiatan dan ekonomi dan teknologi yang sudah dicapai
11. Ingin melakukan petualangan, mencari sensasi, atau menemukan sesuatu yang baru yang belum pernah diketahui orang
12. ingin menyenangkan seseorang (*compassionate*) atau mencari pengalaman romantis selama dalam perjalanan yang dilakukan

Motivasi kunjungan merupakan salah satu hal penting yang menjadi pendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Salah satu poin yang menjadi motivasi kunjungan ingin menyenangkan

seseorang (*compassionate*) atau mencari pengalaman romantis selama dalam perjalanan yang dilakukan. Harsa Story berkembang untuk menciptakan paket wisata yang menyenangkan dan romantis untuk konsumen.

Harsa story menghadirkan paket wisata yang bersifat *custom*, dimana nanti konsumen bisa menyesuaikan dengan kebutuhan mereka. Harsa story menawarkan lebih dari 1 hari perjalanan dan destinasi utama yang akan menjadi sasaran Harsa Story untuk paket *honeymoon* saat ini adalah pulau Bali dan Lombok yang dimana kini menjadi tujuan favorit bagi masyarakat Indonesia maupun mancanegara. Isi program perjalanan dalam *honeymoon packages* tidak hanya berupa program perjalanan ke beberapa atraksi wisata tetapi kami menghadirkan satu program yang nantinya akan menjadi pengalaman berharga bagi konsumen nantinya, seperti pengalaman dinner dengan menggunakan tema yang *thematic*. Dan juga konsumen akan dibebaskan kepada pilihan mereka masing - masing yang nantinya dikembalikan terhadap kebutuhan konsumen.

F. Jenis/Badan Usaha

Pada dasarnya menentukan aspek Jenis Badan Usaha merupakan salah satu hal yang penting dalam membangun sebuah perusahaan baru. Legalitas berfungsi sebagai pelindung yang menjadi hak suatu perusahaan. Badan usaha adalah sekelompok orang atau modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan aktivitas usaha maupun tidak, yang meliputi PT, CV, Perseorangan, BUMN, BUMD, firma, kongsi, organisasi politik, tercantum dalam UU Ketentuan Umum Pajak Indonesia Nomor 6

Tahun 1983 (Pasal 1 Ayat 3). Berdasarkan kegiatannya terdiri menjadi 5 jenis badan usaha menurut ketentuannya diantaranya, Ekstraktif, Agraris, Perdagangan, Industri, Perdagangan, dan Jasa

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Harsa Story merupakan badan usaha yang bergerak dibidang jasa dan bersifat CV karena Harsa Story tidak membutuhkan modal yang sangat besar dan memiliki produk dengan jumlah yang terbatas, tenaga kerja dan alat produksi yang Harsa Story gunakan sangat terbatas. Selain itu semua rahasia perusahaan hanya diketahui oleh pemilik dan biaya organisasi yang tidak terlalu tinggi.

G. Aspek Legalitas

1. Izin Usaha

Harsa Story adalah usaha perseorangan yang akan dikembangkan menjadi CV. Harsa Story merupakan *Tour and Travel*, untuk membangun sebuah *Tour and Travel* harus memiliki Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) sesuai dengan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Kepariwisata Nomor PM.85/HK.501/MKP/2010 Pasal 6 Ayat 1. Ada beberapa syarat administratif yang harus dilengkapi agar bisa dapat membuat surat izin usaha pariwisata, diantaranya :

1. Akta Perseroan Terbatas (Khusus Travel)
2. NPWP Perusahaan
3. Domisili Perusahaan

4. Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
5. Surat Izin Usaha Pariwisata
6. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
7. Surat Izin Tetap atau sementara untuk menjadi anggota ASITA

Harsa Story merupakan usaha yang masih berkembang, mengenai legalitas Harsa Story akan membuat CV kedepannya apabila usaha yang didirikan Harsa Story sudah jelas dan memiliki pemasukan yang baik dan jelas. Untuk saat ini Harsa Story berada dibawah PT Mulia Utama Gumikarua.

2. Izin Kerjasama

Harsa Story memiliki beberapa *product* untuk pemesanan sebuah kamar dan juga pemesanan paket wisata. Saat ini Harsa Story akan melakukan pengembangan untuk pembuatan *honeymoon packages*, paket wisata ini akan dilakukan lebih dari satu hari dimana akan dilakukan sesuai dengan *itinerary* yang sebelumnya telah didiskusikan dengan konsumen sebelumnya. Untuk saat ini yang akan dikembangkan untuk menjadi tempat untuk *honeymoon packages* adalah Bali dan Yogya, pemilihan lokasi tersebut berdasarkan beberapa survey lapangan yang penulis lakukan perihal tempat yang cocok untuk dijadikan *Honeymoon*. Bali sendiri memiliki tempat - tempat yang romantis dan eksklusif untuk dijadikan kenangan apabila ingin bulan madu bersama pasangan, begitupun dengan Yogya, ada beberapa tempat di Yogyakarta yang cocok dijadikan untuk *honeymoon*. Banyaknya atraksi wisata yang menarik dan bisa diulik

untuk bisa dinikmati berdua apabila Bali maupun Yogyakarta menjadi tujuan destinasi .

Ada beberapa komponen untuk mendukung kelancaran bisnis Harsa Story. Harsa Story memutuskan untuk bisa bekerjasama dengan beberapa villa ataupun hotel yang bisa mendukung suasana Honeymoon Packages. Sistem kerjasama yang akan diterapkan Harsa Story terhadap Villa maupun Hotel bisa ditentukan berdasarkan fasilitas dan juga luas kamar serta fasilitas yang bisa digunakan berdasarkan dengan apa yang telah disepakati sebelumnya. Berikut merupakan beberapa vendor yang akan diajak kerjasama oleh Harsa Story:

- Hotel

Hotel yang akan diajak kerja sama oleh Harsa Story merupakan hotel-hotel yang memenuhi standar CHSE (*Clean, Healthy, Safe, Environment*) dan standar minimal yang Harsa Story keluarkan mengenai ketentuan hotel seminimal mungkin hotel tersebut berstandar bintang 3. Akan ada beberapa hotel yang akan diajak bekerja sama baik di Kota Bandung maupun di Pulau Bali.

- *Restaurant*

Salah satu komponen yang terpenting yang dibutuhkan oleh Harsa Story adalah *restaurant*. Salah satu *program special* yang diberikan oleh Harsa Story adalah Dinner, konsumen Harsa Story

akan dimanjakan dengan pengalaman dinner *romantic* yang akan diberikan.

- *Tourist Attractions*

Tidak hanya pemilihan hotel dan restaurant untuk menjadikan *Honeymoon Packages* Harsa Story menjadi lebih menarik, Harsa Story memberikan beberapa pilihan atraksi wisata yang bisa menciptakan kenangan yang menyenangkan bagi seluruh konsumen Harsa Story. Beberapa pilihan *Tourist Attractions* yang Harsa Story pilih merupakan tempat yang banyak dikunjungi dan merupakan tempat romantis berdasarkan Indonesia Travel.

- *Rental Car*

Harsa Story menggunakan pihak ke - 3 sebagai *guest escort*, dimana nantinya seluruh konsumen Harsa Story akan difasilitasi mobil berikut dengan *drivernya*, agar memudahkan konsumen menuju ketempat yang akan dituju dan konsumen tidak perlu direpotkan dengan pemesanan kendaraan ketika sedang Honeymoon.

- *Wedding Organizer/Wedding Planner*

Salah satu strategi penjualan Harsa Story adalah dengan menggandeng para pemilik *Wedding Organizer* maupun *Wedding Planner* yang ada di Kota Bandung. Agar bisa dipasarkan dengan baik dan sesuai dengan target market yang akan dituju nantinya.

- *Guide*

Harsa Story menggunakan pihak ke - 3 sebagai *guest escort*, dimana nantinya seluruh konsumen Harsa Story akan dipandu oleh seorang *Driver Guide*. Hal ini akan lebih mempermudah konsumen untuk mengunjungi tempat - tempat yang akan dituju dan akan memperoleh informasi mengenai informasi yang akan dituju.