



BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

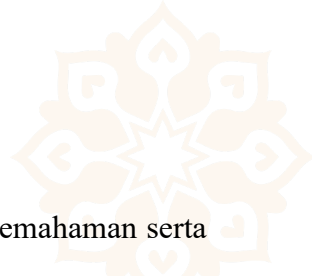
Land of Wakaf Teras Lembang merupakan kawasan wisata edukasi halal dengan luas 17,5 hektar yang terletak di Kecamatan Lembang, Jawa Barat, tepatnya di Jalan Tangkuban Parahu Km 17 dan dikelola oleh sebuah lembaga non-profit Sinergi Foundation. Menurut Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (2016) "Wisata halal adalah Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dalam jangka waktu sementara, yang diselenggarakan sesuai dengan prinsip syariah". Land of Wakaf Teras Lembang menyajikan fasilitas manasik haji dengan miniatur paten yang masih dalam 70% tahap pembangunan.

Dengan sumber daya yang dimiliki Land of Wakaf Teras Lembang, terdapat potensi besar untuk pengembangan wisata halal yang belum sepenuhnya dioptimalkan. Salah satu di antaranya adalah fasilitas manasik haji, yang saat ini masih dalam tahap pembangunan. Akibatnya, program, aktivitas, serta segmentasi pasarnya belum terbentuk secara optimal. Oleh karena itu, penulis bekerja sama dengan pihak pengelola untuk menjadikan Land of Wakaf Teras Lembang sebagai

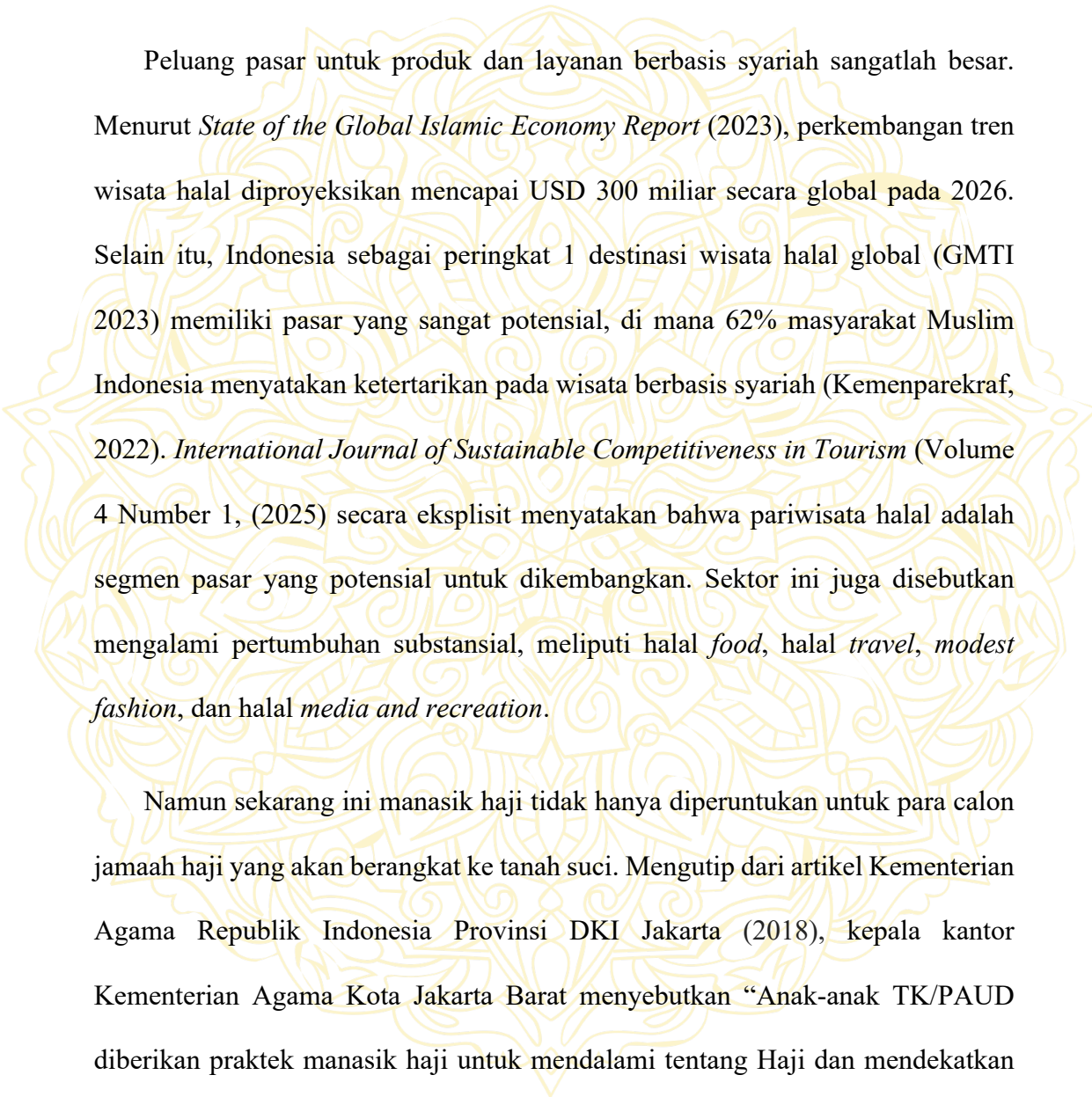
lokus Proyek Akhir Rencana Bisnis. Dengan tujuan untuk pengembangan program yang lebih terstruktur agar dapat menjangkau pasar dari berbagai segmen.

Manasik haji merupakan latihan praktik ibadah haji yang dilakukan sebelum keberangkatan ke Tanah Suci, bertujuan untuk mempersiapkan calon jamaah secara fisik, spiritual, dan teknis pelaksanaan rukun-rukun haji. Menurut Sholeh (2018), manasik haji adalah simulasi seluruh prosesi haji—mulai dari ihram, wukuf di Arafah, tawaf, sa'i, hingga lempar jumrah—yang dilaksanakan di luar Makkah, biasanya di kampung haji atau pusat pelatihan. Kegiatan ini tidak hanya mencakup praktik ritual, tetapi juga pembekalan pengetahuan tentang fiqh haji, kesehatan, dan manajemen perjalanan (Rahman & Abdullah, 2020)

Berdasarkan data Kementerian Agama RI (2023), kuota haji Indonesia setiap tahunnya hanya mencapai 221.000 jamaah, sementara antrean pendaftar telah menembus angka 4,8 juta orang. Artinya, calon jamaah harus menunggu hingga 20 tahun untuk bisa berangkat. Di sisi lain, pasar umrah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan jumlah jamaah umrah asal Indonesia mencapai 1,2 juta orang pada tahun 2023, dan diproyeksikan terus meningkat seiring pemulihan ekonomi pasca-pandemi. Namun, dalam proses persiapan ibadah, khususnya manasik haji dan umrah, masih terdapat tantangan. Penelitian Balitbang Kemenag (2015) di tiga provinsi menyimpulkan bahwa durasi bimbingan manasik sering kali terlalu singkat, dilaksanakan mendekati waktu keberangkatan atau pada hari kerja. Kondisi ini menyebabkan minimnya praktik

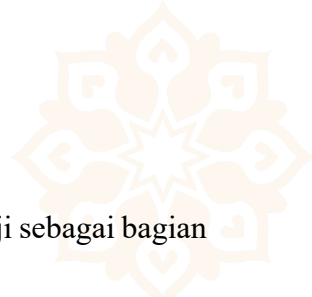
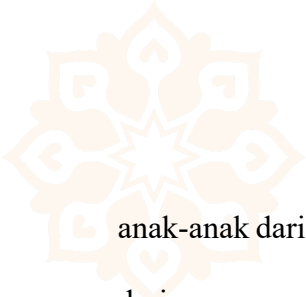


lapangan dan penggunaan media visual, sehingga menghambat pemahaman serta kemandirian calon jamaah dalam menjalankan ibadah.



Peluang pasar untuk produk dan layanan berbasis syariah sangatlah besar. Menurut *State of the Global Islamic Economy Report (2023)*, perkembangan tren wisata halal diproyeksikan mencapai USD 300 miliar secara global pada 2026. Selain itu, Indonesia sebagai peringkat 1 destinasi wisata halal global (GMTI 2023) memiliki pasar yang sangat potensial, di mana 62% masyarakat Muslim Indonesia menyatakan ketertarikan pada wisata berbasis syariah (Kemenparekraf, 2022). *International Journal of Sustainable Competitiveness in Tourism* (Volume 4 Number 1, (2025) secara eksplisit menyatakan bahwa pariwisata halal adalah segmen pasar yang potensial untuk dikembangkan. Sektor ini juga disebutkan mengalami pertumbuhan substansial, meliputi *halal food*, *halal travel*, *modest fashion*, dan *halal media and recreation*.

Namun sekarang ini manasik haji tidak hanya diperuntukan untuk para calon jamaah haji yang akan berangkat ke tanah suci. Mengutip dari artikel Kementerian Agama Republik Indonesia Provinsi DKI Jakarta (2018), kepala kantor Kementerian Agama Kota Jakarta Barat menyebutkan “Anak-anak TK/PAUD diberikan praktek manasik haji untuk mendalami tentang Haji dan mendekatkan diri kepada sang Khaliq, Saya mengharapkan peragaan manasik haji bisa membentuk karakter anak sejak dini”. Berdasarkan kutipan tersebut, salah satu bentuk pengembangan program yang dapat dilakukan adalah menargetkan peserta



anak-anak dari lembaga pendidikan, yang menjadikan manasik haji sebagai bagian dari program pembelajaran mereka.

Menurut penelitian PPIM UIN Jakarta (2023) terhadap 2.400 responden Muslim di seluruh Indonesia, sebanyak 92% masyarakat Muslim Indonesia memiliki keinginan kuat untuk meningkatkan pengetahuan agama, namun sering kali menghadapi keterbatasan akses terhadap materi pembelajaran yang berkualitas. Hal ini tercermin dari 3,2 juta pencarian bulanan di Google untuk kata kunci "cara shalat yang benar" (Google Trends, 2023), serta temuan bahwa 67% dari 500 muallaf yang disurvei mengeluhkan kesulitan dalam belajar ibadah tanpa pendampingan (PPIM UIN Jakarta, 2022).

Di sisi lain, pola pembelajaran agama yang konvensional mulai ditinggalkan karena dianggap kurang relevan. Studi Balitbang Kemenag RI (2023) menekankan pentingnya pendekatan interaktif dan reflektif untuk mendorong pemahaman mendalam dan berpikir kritis. Buku Sinar Pendidikan Agama Islam di Era Digital (Nasution, 2023) juga menggarisbawahi pentingnya integrasi teknologi dalam pendidikan agama, terutama bagi generasi digital-native. Hal ini sejalan dengan temuan KPAI (2023) yang menyatakan bahwa 79% orang tua menginginkan metode pembelajaran agama yang tidak hanya teoritis, tetapi juga berbasis simulasi dan praktik langsung. Namun, kenyataannya banyak orang tua masih menghadapi kendala. Studi Sari et al. (2022) menunjukkan bahwa tidak semua orang tua memiliki pemahaman fiqih yang memadai, sehingga merasa tidak

percaya diri dalam mendampingi anak belajar agama di rumah, yang berdampak pada terhambatnya pembelajaran fiqih anak SD. Selain itu, laporan *Muslim Millennial Travel Report* (HalalTrip & CrescentRating, 2017) menunjukkan bahwa 63% milenial Muslim melakukan perjalanan untuk mempelajari budaya dan warisan Islam, dan 72% dari mereka lebih menyukai pengalaman yang fleksibel, personal, dan bermakna secara spiritual—menunjukkan minat kuat terhadap pendekatan pendidikan agama yang lebih aplikatif dan interaktif.

Berdasarkan data dan peluang pasar diatas, Land of Wakaf Teras Lembang memiliki peluang strategis untuk mengembangkan **Program Edukasi Islam** sebagai produk unggulan yang menjawab kebutuhan nyata masyarakat Muslim Indonesia. Program ini dapat dirancang sebagai **paket edukasi** yang mencakup Manasik Haji, *Islamik Living Teaching* (ibadah dan kewajiban sebagai muslim), dan *Journey of Faith* (eksplorasi sejarah islam).

B. Gambaran Umum Bisnis

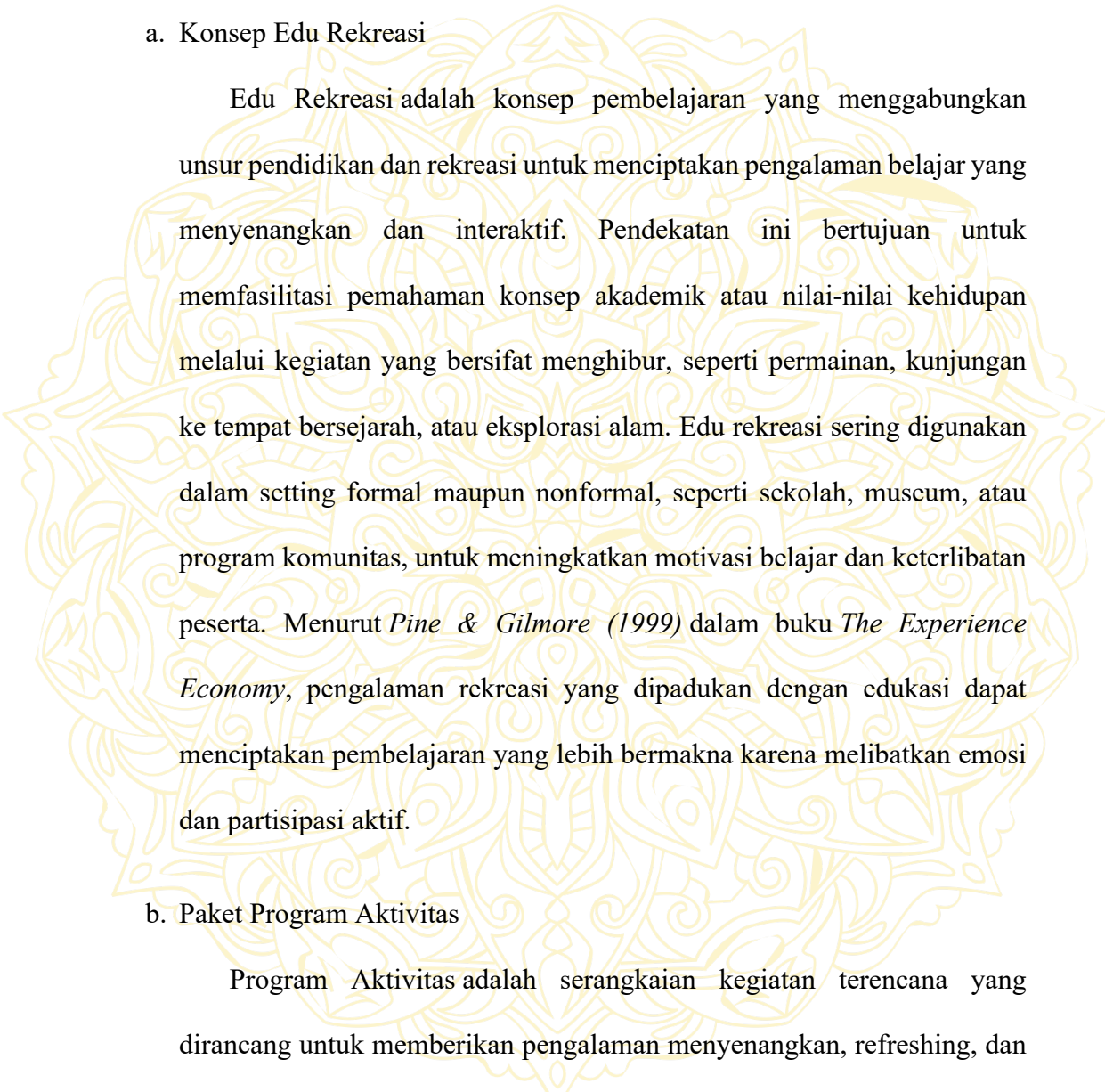
1. Deskripsi Bisnis

Sinergi Foundation merupakan badan usaha yang menghadirkan solusi inovatif melalui produk unggulan bernama "**Edu Islamic Centre**", sebuah konsep terpadu yang mengintegrasikan pendidikan agama Islam dengan pengalaman wisata halal, dikemas dalam bentuk program aktivitas yang menyenangkan, praktis, dan aplikatif.



Sebagai pusat pembelajaran Islam modern, *Edu Islamic Centre* menawarkan pengalaman belajar yang unik melalui :

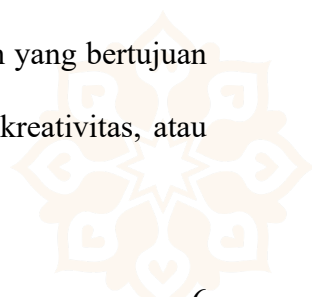
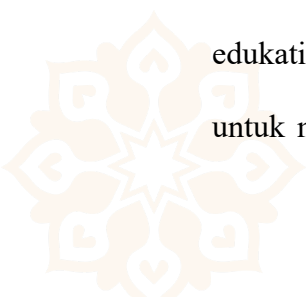
a. Konsep Edu Rekreasi



Edu Rekreasi adalah konsep pembelajaran yang menggabungkan unsur pendidikan dan rekreasi untuk menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan interaktif. Pendekatan ini bertujuan untuk memfasilitasi pemahaman konsep akademik atau nilai-nilai kehidupan melalui kegiatan yang bersifat menghibur, seperti permainan, kunjungan ke tempat bersejarah, atau eksplorasi alam. Edu rekreasi sering digunakan dalam setting formal maupun nonformal, seperti sekolah, museum, atau program komunitas, untuk meningkatkan motivasi belajar dan keterlibatan peserta. Menurut *Pine & Gilmore (1999)* dalam buku *The Experience Economy*, pengalaman rekreasi yang dipadukan dengan edukasi dapat menciptakan pembelajaran yang lebih bermakna karena melibatkan emosi dan partisipasi aktif.

b. Paket Program Aktivitas

Program Aktivitas adalah serangkaian kegiatan terencana yang dirancang untuk memberikan pengalaman menyenangkan, refreshing, dan bermanfaat bagi peserta, baik dalam konteks fisik, mental, sosial, maupun edukatif. Program ini mencakup berbagai bentuk kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan, keterampilan sosial, kreativitas, atau



pengetahuan peserta. Menurut Cordes & Ibrahim (2003) dalam buku *Applications in Recreation & Leisure for Today and the Future*, rekreasi tidak hanya berfungsi sebagai hiburan tetapi juga sebagai sarana pengembangan diri dan pemulihan energi setelah aktivitas rutin. Program aktivitas/rekreasi sering diselenggarakan oleh sekolah, komunitas, perusahaan, atau lembaga pariwisata dengan pendekatan terstruktur untuk memastikan manfaat optimal bagi peserta.

Dengan mengusung tagline "*Where Faith Meets Fun*", *Edu Islamic Centre* tidak hanya menjadi tempat belajar, tetapi juga ruang berkumpulnya komunitas muslim yang ingin mengembangkan diri sambil menikmati keindahan alam Lembang.

2. Deskripsi Logo dan Nama



*Gambar 1. 1 Logo Edu Islamic Centre
Sumber : Dokumen Pribadi, 2025*

"Edu Islamic Centre" mencerminkan sebuah pusat pendidikan Islam yang menggabungkan tiga pilar utama: keislaman, teknologi, dan rekreasi, untuk menciptakan pembelajaran yang holistik dan relevan di era modern. Kata "Edu" menegaskan fokus pada edukasi berbasis rekreatif, "Islamic" menonjolkan nilai-nilai Islam sebagai landasan moral, sedangkan "Centre" menunjukkan peran sebagai hub yang menghubungkan berbagai disiplin ilmu dan aktivitas. Visinya menekankan pendekatan modern melalui integrasi teknologi, sambil mempertahankan kearifan Islam tradisional, serta mengadopsi metode rekreasi edukatif untuk membuat pembelajaran lebih interaktif dan menyenangkan.

Dengan demikian, nama ini tidak hanya mencerminkan komitmen dalam membentuk generasi muslim yang berilmu dan berakhlak mulia, tetapi juga menjawab kebutuhan masyarakat akan pendidikan agama yang dinamis, aplikatif, dan sesuai dengan perkembangan zaman.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: Sinergi Foundation
Nama Produk	: Edu Islamic Centre
Bidang Usaha	: Pariwisata
Jenis Usaha	: Wisata Budaya Lainnya (KBLI : 91029)
Sektor	: Penyediaan Aktivitas Wisata Religi
Jenis Produk	: Program Aktivitas

Alamat

: 5JQH+W75, Jl. Raya Tangkuban Parahu, Cibogo,
Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa
Barat 40391

Website

: www.sinergifoundation.org

C. Visi dan Misi

Visi

"Menjadi pusat edukasi Islam modern berbasis simulasi yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman, teknologi, dan rekreasi untuk membentuk generasi muslim yang berilmu, dan berakhlak mulia."

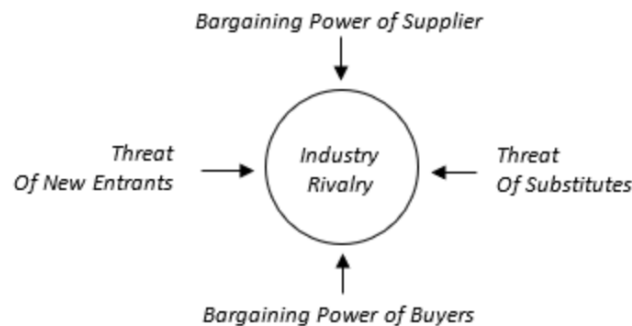
Misi

1. Menyediakan Konten Edukasi Islam Berkualitas
2. Memanfaatkan Teknologi untuk Pembelajaran
3. Menyediakan Lingkungan dan Fasilitas Belajar yang Inspiratif
4. Menjalin Kemitraan Strategis

D. SWOT Analysis

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) umumnya digunakan untuk menganalisis bisnis yang telah berjalan dan memiliki rekam jejak operasional yang jelas. Namun karena rencana bisnis *Edu Islamic Centre* masih berada pada tahap perencanaan dan belum mulai beroperasi, maka pendekatan analisis industri yang lebih relevan digunakan adalah *Porter's Five Forces*. Model ini dikembangkan oleh Michael E. Porter (2008) dan berfungsi untuk

mengevaluasi daya saing dan struktur industri melalui lima kekuatan utama yang mempengaruhi intensitas persaingan pasar. Kelima aspek tersebut—ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok, dan tingkat persaingan antar pelaku industri—mampu memberikan gambaran objektif mengenai potensi peluang dan hambatan yang akan dihadapi oleh *Edu Islamic Centre* dalam industri layanan edukasi Islam.



Gambar 1. 2 Porter's Five Forces

Sumber : *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. (1980)

1. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Ancaman pendatang baru dalam bisnis ini dinilai memiliki tingkat ancaman rendah-sedang mengingat industri wisata halal dan edukasi Islami di Indonesia yang tumbuh pesat dengan nilai pasar mencapai Rp250 triliun pada 2023 (Kemenparekraf, 2023), namun memerlukan investasi besar untuk mereplikasi model terpadu seperti *Edu Islamic Centre*. Pembangunan pusat edukasi-wisata semacam *Islamic Center Jakarta* yang menelan biaya Rp1,2 triliun (Kompas 2022) menjadi bukti tingginya hambatan modal, ditambah

dengan regulasi ketat seperti kebutuhan sertifikasi BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dan izin Kemenag untuk program keagamaan (Peraturan Menteri Agama No. 26/2020).

Meskipun ada pesaing potensial seperti biro travel umroh (*Elharamain Wisata*) yang mulai menawarkan paket edukasi, mereka belum terintegrasi dengan teknologi (Data Asproh-ASPHURIN 2023), sehingga mengurangi ancaman langsung dari pendatang baru.

2. Kekuatan Tawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Daya Tawar Pemasok memiliki tingkat ancaman rendah karena beberapa faktor kunci. Indonesia memiliki surplus tenaga pengajar agama dengan 3,7 juta guru madrasah dan pesantren (Data Kemenag 2023), sehingga ketergantungan terhadap SDM agama sangat minimal. Di sisi teknologi, harga pengembangan *augmented reality* (AR) telah turun 40% sejak 2020 (IDC 2023) dengan banyaknya penyedia lokal seperti *Bubble Inc* yang menawarkan solusi terjangkau. Selain itu, kemitraan strategis dengan pemerintah daerah, contohnya kerja sama dengan Pemprov DKI Jakarta untuk fasilitas publik, berhasil menekan biaya sewa lahan wisata secara signifikan. Kombinasi faktor-faktor ini membuat posisi tawar pemasok menjadi lemah dalam bisnis model *Edu Islamic Centre*.

3. Kekuatan Tawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Daya tawar pembeli berada pada tingkat sedang karena karakteristik pasar yang unik di Indonesia. Dengan populasi muslim mencapai 231 juta jiwa (BPS 2023), kebutuhan pasar sangat beragam, mulai dari 4,3 juta calon jamaah haji yang mengantri (Kemenag 2024) dan membutuhkan layanan Manasik haji, hingga generasi Z yang 75%-nya lebih menyukai edukasi agama berbasis teknologi (Survei Alvara 2023). Meskipun pembeli memiliki beberapa alternatif pilihan, diferensiasi produk berupa integrasi teknologi dalam pembelajaran agama dan program khusus seperti persiapan haji/umroh menciptakan nilai tambah yang mengurangi daya tawar pembeli secara signifikan.

4. Ancaman Produk Substitusi (*Threat of Substitutes*)

Ancaman substitusi dinilai memiliki tingkat ancaman tinggi karena adanya berbagai alternatif yang lebih murah dan mudah diakses, seperti aplikasi belajar agama serta wisata religi konvensional gratis ke Masjid Istiqlal atau Sunan Ampel. Namun, *Edu Islamic Centre* memiliki pembeda utama, di mana 68% wisatawan muslim lebih memilih pengalaman edutainment yang interaktif dibandingkan wisata pasif (Laporan Kemenparekraf 2023). Nilai tambah berupa integrasi teknologi, program terstruktur, dan pengalaman langsung menjadi faktor kunci yang dapat mengurangi daya tarik produk substitusi tersebut.

5. Persaingan Antar Pesaing (*Industry Rivalry*)

Persaingan dalam industri ini berada pada tingkat sedang, dengan beberapa pesaing langsung seperti penyelenggara manasik konvensional (contoh: KBIH Al-Azhar dengan biaya Rp200.000/orang menurut Data ASPHURIN 2024), meskipun belum mengintegrasikan teknologi AR. Keunggulan kompetitif *Edu Islamic Centre* terletak pada inovasi teknologi, dimana hanya 12% lembaga agama di Indonesia yang telah mengadopsi AR (Litbang Kemenag 2023), serta memiliki sertifikasi resmi dari Kemenag yang meningkatkan kredibilitas program Edu Manasik. Kombinasi antara teknologi modern dan pengakuan resmi ini menciptakan diferensiasi yang signifikan di pasar yang semakin berkembang.

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

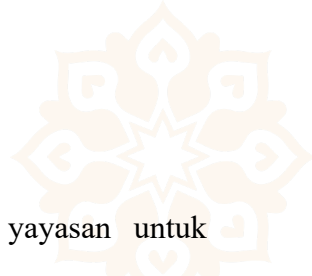
Produk ini dirancang khusus untuk menjawab kebutuhan pasar masyarakat muslim akan pembelajaran agama yang menyenangkan dan aplikatif, tempat wisata yang mendidik sekaligus bermanfaat, serta pengembangan karakter islami melalui pengalaman langsung. Dengan pendekatan yang holistik, produk ini menggabungkan unsur edukasi dan rekreasi untuk menciptakan solusi yang tidak hanya menghibur tetapi juga memperkaya pemahaman keagamaan dan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari.

F. Jenis/Badan Usaha

Sinergi Foundation merupakan sebuah badan usaha yang berbadan hukum yayasan, di mana secara umum yayasan (*foundation*) adalah lembaga nirlaba yang didirikan untuk tujuan sosial, keagamaan, atau kemanusiaan dengan menggunakan kekayaan yang dipisahkan sebagai modal awal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan, yayasan tidak memiliki pemilik saham dan seluruh keuntungan yang diperoleh harus dialokasikan kembali untuk mendukung misi sosialnya, bukan untuk keuntungan pribadi. Struktur yayasan ini memungkinkan Sinergi Foundation untuk mendapatkan dukungan dana dari donasi, CSR perusahaan, atau kerja sama dengan instansi pemerintah (seperti Kemenag atau Kemenparekraf), sekaligus menjaga transparansi melalui laporan pertanggungjawaban publik sebagaimana diatur dalam peraturan yayasan

G. Aspek Legalitas

Dalam mendirikan badan usaha berbentuk yayasan, diperlukan pemenuhan aspek legalitas agar kegiatan yang dijalankan memiliki dasar hukum yang sah, transparan, dan akuntabel. Yayasan sebagai badan hukum nirlaba yang bergerak di bidang sosial, keagamaan, dan kemanusiaan diatur secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2004. Undang-undang ini mengatur struktur organisasi yayasan (pembina, pengurus, dan pengawas), syarat pendirian,



pengelolaan kekayaan, serta larangan penyalahgunaan aset yayasan untuk kepentingan pribadi.

Dalam konteks rencana bisnis *Edu Islamic Centre*, yang bergerak di bidang edukasi dan pelatihan keislaman, pemenuhan legalitas menjadi landasan penting agar seluruh aktivitas dapat dijalankan sesuai ketentuan hukum, menjalin kerja sama lintas lembaga, serta memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada masyarakat dan mitra. Tahapan legalitas ini mencakup mulai dari pembuatan akta notaris, pengesahan badan hukum oleh Kementerian Hukum dan HAM, hingga perizinan operasional dari instansi terkait.

1. Pembuatan Akta Pendirian Yayasan

Langkah pertama dalam mendirikan yayasan adalah menyusun akta pendirian yang dibuat di hadapan notaris dalam bahasa Indonesia. Akta ini merupakan dokumen resmi yang mencantumkan identitas pendiri, nama yayasan, domisili, tujuan dan kegiatan yayasan (yang wajib bersifat sosial, keagamaan, dan/atau kemanusiaan), struktur organisasi (pembina, pengurus, dan pengawas), serta pernyataan mengenai kekayaan awal yayasan yang wajib dipisahkan dari harta pribadi pendiri. Besaran kekayaan awal biasanya minimal Rp10 juta dan dapat dibuktikan dengan surat pernyataan atau rekening.

2. Pengesahan Badan Hukum oleh Kemenkumham

Setelah akta pendirian selesai, yayasan harus mengajukan permohonan pengesahan sebagai badan hukum kepada Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Kemenkumham) melalui sistem AHU Online. Setelah permohonan disetujui, Kemenkumham akan mengeluarkan Surat Keputusan (SK) Pengesahan Badan Hukum Yayasan yang menjadi dasar legalitas operasional yayasan.

3. Pembuatan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Yayasan yang telah berbadan hukum wajib mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) setempat untuk mendapatkan NPWP atas nama yayasan. NPWP ini dibutuhkan untuk keperluan administrasi perpajakan, pembuatan rekening bank, serta berbagai aktivitas formal lainnya. Meskipun yayasan bersifat nirlaba, kewajiban perpajakan tetap berlaku jika terdapat transaksi komersial.

4. Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU)

Untuk memperkuat legalitas operasional, yayasan juga perlu memiliki Surat Keterangan Domisili dari kelurahan dan kecamatan setempat. SKDU ini menunjukkan alamat resmi operasional yayasan dan menjadi salah satu dokumen pelengkap untuk mengurus izin lainnya, seperti NIB atau izin operasional.

5. Izin Operasional dari Instansi Terkait

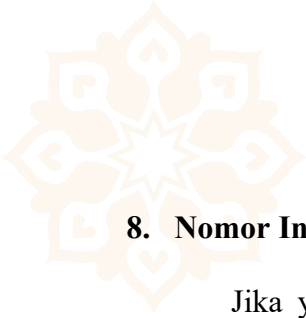
Bergantung pada bidang aktivitas yayasan, izin operasional dapat diperlukan dari instansi pemerintah yang relevan. Sebagai contoh, jika yayasan bergerak di bidang pendidikan dan pelatihan Islam seperti *Edu Islamic Centre*, maka izin dapat diminta ke Kementerian Agama atau Dinas Pendidikan. Izin ini memastikan bahwa program dan kegiatan yang dijalankan sesuai dengan regulasi dan standar yang berlaku.

6. Tanda Daftar Yayasan di Dinas Sosial

Meski tidak diwajibkan secara nasional, beberapa pemerintah daerah mensyaratkan Tanda Daftar Yayasan di Dinas Sosial sebagai bentuk pendataan dan pemantauan kegiatan sosial. Dengan mendaftarkan yayasan secara lokal, lembaga akan lebih mudah menjalin kerja sama dengan instansi daerah serta mendapat dukungan program-program sosial pemerintah.

7. Pendaftaran Merek atau Hak Kekayaan Intelektual

Jika yayasan memiliki nama, logo, atau produk pendidikan (seperti modul, sistem digital, atau metode pelatihan) yang ingin dilindungi secara hukum, maka perlu didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI). Perlindungan ini penting untuk menjaga identitas lembaga dan mencegah penyalahgunaan oleh pihak lain.



8. Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui OSS

Jika yayasan menjalankan unit usaha, maka harus mendaftarkan unit tersebut melalui sistem OSS untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB). Meskipun kegiatan yayasan bersifat nirlaba, unit usaha yang mendukung operasional tetap memerlukan legalitas bisnis tersendiri demi transparansi dan kepatuhan regulasi.

