

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Cirebon adalah salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini berada di utara Pulau Jawa tepatnya di pesisir dengan jalur Pantura yang menghubungkan Jakarta-Cirebon-Semarang-Surabaya.

Menurut BPS Kota Cirebon, luas Kota Cirebon adalah 37,36 km². Dengan jumlah penduduk mencapai 319.312 jiwa pada tahun 2019.

TABEL 1

LAJU PERTUMBUHAN PENDUDUK PERTAHUN 2018-2019

Kecamatan	Laju Pertumbuhan	
	Penduduk (ribu)	Penduduk per Tahun 2018- 2019.
Harjamukti	121,89	1,16
Lemahwungkuk	59,30	0,28
Pekalipan	31,59	-0,28
Kesambi	77,93	0,78
Kejaksan	49,66	1,43
Kota Cirebon		
Hasil Registrasi	340,37	0,82
Hasil Proyeksi	319,31	0,96

Sumber : BPS Kota Cirebon, 2019.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kota Cirebon mengalami peningkatan, hanya mengalami penurunan di satu daerah saja, yaitu Kecamatan Pekalipan.

TABEL 2
PERSENTASE PENDUDUK DI KOTA CIREBON

Usia	Persentase
0-14 tahun	26,02
15-64 tahun	69,30
65+	4,67

Sumber : BPS Kota Cirebon, 2019.

Berdasarkan tabel 2 daftar jumlah penduduk tertinggi didominasi oleh penduduk yang berusia produktif. Hal ini sangat baik untuk laju pertumbuhan pembangunan di Kota Cirebon.

Kota Cirebon dikenal sebagai kota yang mempunyai banyak bangunan bersejarah. Maka dari itu, banyaknya wisatawan yang tidak hanya singgah melewati jalur Pantura, tetapi banyak juga yang berwisata ke destinasi religi, apalagi dengan banyak dijajarkannya objek wisata kuliner di Kota Cirebon.

TABEL 3
JUMLAH FASILITAS KEPARIWISATAAN DI KOTA CIREBON

Fasilitas	Banyaknya
Hotel	68
Objek Rekreasi	16
Billyard	3
Mesin Ketangkasan	16
Kolam Renang	5
Kesenian Tradisional	1
Rumah Makan	153
Biro Perjalanan Wisata	56
Imresariat	56
Bioskop	4

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, 2020.

Berdasarkan tabel 3 maka dapat diketahui bahwa objek wisata kuliner di Cirebon lebih banyak daripada objek wisata lainnya, yang berarti banyaknya masyarakat Cirebon maupun wisatawan domestik mempunyai banyak pilihan kuliner yang ada di Kota Cirebon.

Karena makanan merupakan suatu hal kebutuhan yang penting bagi kehidupan, maka tempat penyedia makanan dan minuman sangat berkembang

pesat di setiap daerah saat ini. Inovasi pun mulai bermunculan dari yang kecil seperti pedagang kaki lima hingga sebuah restoran atau *cafe-cafe* yang ada.

Pengertian restoran menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, RI No. 11 Tahun 2014 pada pasal 1 ayat (2) menyatakan bahwa:

“Usaha Restoran adalah usaha penyediaan jasa makanan dan minuman dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah pindah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba”.

Dan menurut Atmodjo dalam bukunya yang berjudul Restoran dan Segala Permasalahannya (2005: 7), “Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersil, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumen baik berupa makanan ataupun minuman”.

Berikut adalah penjelasan tentang beberapa macam jenis restoran menurut Atmodjo (2005):

- ***A' la Carte Restaurant***: Menu lengkap dan merupakan restoran tanpa aturan mengikat atau bebas.
- ***Table D 'hote Restaurant***: Restoran dengan menu yang lengkap dan menyajikan setiap menu berurutan dari menu pembuka sampai penutup. Biasanya erat hubungannya dengan hotel.
- ***Coffee Shop***: Merupakan tempat makan dan minum yang menyuguhkan suasana santai tanpa aturan yang mengikat dan biasanya menyuguhkan racikan kopi sebagai menu spesial di luar makanan-makanan kecil atau makanan siap saji.
- ***Cafeteria atau Cafe***: Merupakan tempat makan dan minum yang terbatas menyajikan roti atau *sandwich* serta minuman-minuman ringan yang tidak beralkohol, biasanya erat hubungannya dengan kantor.

Pada saat ini, usaha makanan dan minuman sangat berkembang pesat. Banyak kompetitor yang berlomba untuk membuat inovasi dan terobosan dari

produk atau jasa yang ditawarkan agar tetap unggul. Hingga sebuah *cafe* atau restoran tidak selalu dalam bangunan permanen saja, bahkan sudah banyak kompetitor yang memanfaatkan transportasi untuk membuat sebuah restoran atau *cafe*.

Di Indonesia sendiri *trend* untuk menggunakan transportasi menjadi tempat usaha adalah pertumbuhan yang paling menonjol dalam bidang kuliner, sebuah inovasi yang berasal dari pedagang kaki lima yang memakan lahan pejalan kaki untuk berjualan dan menaruh gerobaknya di sisi-sisi jalan. Pemerintahpun berusaha mengadopsi konsep *food truck* kepada pedagang kaki lima agar lebih teratur dan unik. Hingga pelaku UKM yang menggunakan alat transportasi mempunyai komunitasnya sendiri. Yaitu OMBI (Organisasi Mobil Bisnis Indonesia). OMBI merupakan advokasi pertama di Indonesia yang menjadi tempat edukasi dan inovasi dan menyediakan beragam event-event bagi pelaku usaha mobil. Mobil yang biasa digunakan yaitu minibus, diantaranya *Grand Max Box*, *VW Combi*, *Isuzu Elf*.

Keunggulan dalam memilih usaha mobil ini adalah modal usaha yang lebih sedikit, daripada membangun sebuah bangunan untuk dijadikan sebuah tempat usaha. Selain memiliki legalitas di bidang hukum, tidak banyak juga pelaku usaha mobil ini yang akan menjadi daya tarik di setiap tempat yang menjadi lokasinya.

Tujuan orang mengunjungi sebuah restoran saat ini tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi juga ada yang mengutamakan kenyamanan untuk menghabiskan waktunya disebuah restoran atau *cafe*.

Pengertian *cafe* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik.

Sedangkan menurut Budiningsih (2009: 51) mengatakan bahwa, “*Cafe* atau kafe adalah suatu restoran kopi yang berada di luar hotel. *Cafe* memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman alkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, *cake* dan cemilan”.

Tingginya persaingan di dunia makanan dan minuman saat ini membuat pengusaha menciptakan banyak terobosan baru dan inovasi bagi produk dan tempat yang mereka sediakan. Dengan fasilitas yang memadai seperti *hotspot area*, tempat yang *instagram-able*, pertunjukkan musik akan mendukung kebutuhan pelanggan dalam segi sosial untuk merasakan suasana dari restoran atau *cafe* tersebut.

Dalam pendirian sebuah *cafe* atau sebuah bisnis, perlu melakukan riset mendalam mengenai aspek hukum, lingkungan, pasar dan pemasaran, manajemen dan sumber daya manusia, teknis dan teknologi, maupun aspek keuangan. Hal ini kental kaitannya dengan perencanaan bisnis.

Perencanaan bisnis sendiri menurut Dr. Suliyanto yang ditulis dalam buku Studi Kelayakan Bisnis (2010: 3) adalah:

“Dokumen tertulis yang mendeskripsikan masa depan bisnis yang akan dimulai. Rencana ini meliputi apa, bagaimana, siapa, kapan, dan mengapa sebuah bisnis dijalankan. *Business plan* pada umumnya terdiri dari (1) tujuan bisnis, (2) strategi yang digunakan untuk mencapainya, (3) masalah potensial yang kira-kira akan dihadapi dan cara mengatasinya, (4) struktur organisasi (termasuk jabatan dan tanggung jawab), (5) jadwal waktu pelaksanaan pekerjaan, dan (6) modal yang diperlukan untuk

membayai perusahaan dan bagaimana mempertahankannya sampai mencapai *Break Even Point* (BEP)”.

Karena membuka usaha *cafe* tidak sekedar mengunggulkan menunya, tetapi perlu juga diperhatikan pelayanan yang akan diberikan. Satu aspek penting dari pelayanan ini adalah konsep desain interior dan eksterior, serta apa saja fasilitas yang disediakan *cafe* tersebut. Apabila *cafe* ditata dengan rapih dan apik pasti akan memberi rasa nyaman kepada pelanggan dan membuat pelanggan ingin kembali lagi.

Maka berdasarkan uraian tersebut diatas, penulis ingin membuat ide usaha yang dituangkan dalam bentuk Tugas Akhir dengan judul **“PERENCANAAN USAHA CAFÉ LATTERMINAL DI KOTA CIREBON”**. Penulis ingin berinovasi menyediakan *cafe* yang belum pernah ada di Kota Cirebon dan sekitarnya dengan menawarkan bangunan *bus* dua tingkat.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis yang akan didirikan ialah berupa bisnis kafe dengan bangunan *bus* dua tingkat untuk *rooftop* yang akan diberi nama “Latterminal”. Produk yang dijual berupa kopi, *dessert box* dan roti. Dengan harga yang ditawarkan mulai dari Rp. 10.000,- hingga Rp. 25.000,-. Dan konsep pembuatan kafe dengan bangunan *bus* akan membuat daya tarik pelanggan untuk mengunjungi kafe ini. Dengan luas tanah 200m², Disediakan juga beberapa fasilitas pendukung seperti: *toilet*, *smoking area*, *hostpot area*, dan juga *garden area* yang akan diberi *bean bag chair* guna memperbanyak *sitting capacity* yang dapat menampung pelanggan sebanyak 98 *pax*. Untuk lantai 1 akan disediakan kapasitas tempat duduk sebanyak 6 *pax*, lantai 2 sebanyak 28 *pax*, dan *garden area* sebanyak 64 *pax*. Perbedaan dengan kafe *bus* yang sudah ada di Indonesia, *bus* ini tidak akan *mobile* seperti pada umumnya, *bus* ini hanya akan menjadi sebuah *iconic* dari sebuah kafe yang menyediakan tempat duduk di dalam. Dan terdapat sebuah *bar* yang akan menjadi tempat produksi satu-satunya. Dengan jam operasional kafe mulai dari pukul 09.00 – 23.00 WIB.

Mengunjungi sebuah kafe sudah menjadi gaya hidup saat ini, terutama gaya hidup generasi milenial yang identik dengan nongkrong bersama teman-teman yang menginginkan tempat berkumpul dengan fasilitas yang memadai dengan harga terjangkau, tempat yang *instagram-able*, dan menawarkan beberapa pelayanan yang serba *digital*, serta menyediakan *e-money* untuk memudahkan sistem pembayaran. Dengan konsep yang

menarik dan lokasi usaha yang strategis akan menjadikan bisnis ini siap bersaing dengan kompetitor yang sudah ada.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Dalam membuat usaha sangat diperlukannya nama dan logo. Hal ini akan menjadi salah satu identitas yang akan menjadi nilai jual dari usaha yang telah dibangun.

Brand atau nama menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Prinsip-prinsip Pemasaran (2012: 275) adalah “Nama, istilah, tanda, lambang, atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing”.

Logo atau nama harus memiliki sebuah filosofi yang mengartikan citra perusahaan. Berikut adalah beberapa arti terkait dengan nama dan logo dari bisnis kafe yang akan direncanakan.

GAMBAR 1

LOGO BISNIS LATTERMINAL CAFE



Sumber: Desain Penulis, 2020.

Deskripsi logo dari usaha kafe ini ialah memadukan warna merah dan putih. Warna merah sendiri mengartikan sebuah keberanian, kekuatan, dan energi dikarenakan bisnis dengan bangunan *bus* ini menunjukkan sebuah keberanian untuk membuat inovasi baru dalam pembangunan kafe berbentuk *bus* pertama kalinya di Kota Cirebon. Warna putih melambangkan kebebasan, keterbukaan, berenergi positif. Harapannya dalam inovasi usaha kafe yang baru ini memberi dampak positif bagi masyarakat. Dengan ditambah *siluet bus* tampak depan melambangkan kafe ini berbentuk *bus*, ditambah *latte art* yang berjumlah 6 *stacks* menunjukkan bahwa kafe ini mempunyai 6 *signature drinks* dan lebih mengutamakan menjual kreasi menu *coffee lattenya*.

Latterminal adalah sebuah nama yang dipilih untuk usaha kafe ini. Diambil dari kata '*Latte*' yang berarti kafe ini lebih fokus menjual berbagai produk *latte*, dan 'Terminal' karena kafe ini berbentuk sebuah *bus* maka terminal adalah tempat perhentian sebuah *bus*. Yang harapannya pelanggan akan berhenti pada perhentian terakhirnya untuk menikmati secangkir *coffee latte* di kafe ini.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis sangat diperlukan untuk sebuah usaha demi produk yang kita tawarkan membekas dipikiran masyarakat, selain nama dan logo yang dimiliki sebuah bisnis untuk menunjukkan identitasnya.

Pentingnya menentukan lokasi adalah salah satu cara yang dapat mempermudah identitas bisnis sendiri dikenal, dan produk yang kita tawarkan diterima di masyarakat. Memudahkan pelanggan dalam

GAMBAR 3
TAMPAK DEPAN LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps, 2020.

GAMBAR 4
SITUASI JALAN DI DEKAT LOKASI USAHA



Sumber: Google Maps, 2020.

C. Visi dan Misi

Visi adalah hal yang penting dari sebuah usaha untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka panjang. Hal ini dilakukan agar perusahaan lebih terarah. Visi dan misi yang ditemukan dalam buku Pengantar Manajemen oleh Roni Angger Aditama (2020: 35) mengatakan, “Visi adalah masa depan yang akan dicapai sedangkan misi adalah apa yang dilakukan sekarang atau diwaktu yang lalu untuk mencapai visi”, dan kutipan dari Peter F. Drucker yang menyatakan bahwa, “Misi adalah alasan yang menjadi dasar dari sebuah perusahaan”.

Visi biasanya menggambarkan suatu hal untuk jangka panjang dan misi merupakan cara untuk mencapai tujuan tersebut. Adapun Visi dan Misi dari usaha kafe Latterminal ini adalah :

1. Visi

Menjadi *icon cafe* yang khas, yang membekas yang akan memunculkan rasa nyaman bagi pelanggan.

2. Misi

Misi yang akan dilakukan guna mewujudkan visi dari usaha *cafe* Latterminal adalah sebagai berikut :

- Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan dengan sigap, cekatan, dan penuh perhatian.
- Memberikan rasa terbaik dari minuman dengan bahan-bahan yang berkualitas yang akan membuat produk ini membekas dipikiran maupun dihati pelanggan dengan harga terjangkau.
- Mempekerjakan orang sekitar lokasi usaha yang ahli di bidangnya.

- Melakukan inovasi produk agar pelanggan tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan.

D. SWOT Analysis

Analisa SWOT perlu dilakukan untuk mendapatkan target pasar yang tepat dan melihat beberapa pesaing langsung dan tidak langsung, melihat produk unggul apa yang mereka tawarkan yang akan dibandingkan dengan kekurangan dan kelebihan yang dimiliki perusahaan agar perusahaan terus mengembangkan segala aspek yang ada.

Menurut Fahmi dalam buku Manajemen Startegis Teori dan Aplikasi (2013: 252) mengatakan, “Penerapan SWOT pada suatu perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga penempatan analisa SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan dari berbagai sudut pandang. Baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang”.

SWOT analisis merupakan salah satu teknik untuk perencanaan strategi yang bermanfaat mengevaluasi kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). *Strenght* dan *weakness* datang dari dalam bisnis kita (faktor internal), sedangkan *opportunity* dan *threats* datang dari luar (eksternal). Berikut adalah analisa SWOT yang dilakukan penulis untuk menganalisis beberapa aspek dalam perencanaan bisnis ini.

a. *Strenght* (kekuatan)

- 1) Inovasi bangunan kafe yang baru, unik, dan belum ada di Kota Cirebon dan sekitarnya.
- 2) Harga yang terjangkau dengan bahan premium.

- 3) Kreasi berbagai minuman *coffee latte* yang belum ada di Kota Cirebon.
 - 4) Memudahkan pelanggan dengan serba *digital*.
 - 5) Konsep *sitting* yang unik dengan memaksimalkan lahan yang ada.
 - 6) Memiliki prosedur CHSE (*Cleanliness, Healthy, Safety, Environmental*)
- b. *Weakness* (kelemahan)
- 1) Kreasi produk yang kurang *familiar* sehingga cukup sulit untuk diminati oleh masyarakat Kota Cirebon.
 - 2) *Sitting capacity* di dalam bus yang sedikit.
 - 3) *Area* produksi yang tidak luas
- c. *Opportunity* (peluang)
- 1) Masih tersedianya banyak lahan yang menjadi peluang usaha demi meningkatkan pembangunan di Kota Cirebon.
 - 2) Gaya hidup generasi milenial yang identik bersosialisasi di *cafe-cafe* dalam kesehariannya.
 - 3) Banyaknya generasi milenial yang menginginkan tempat *Instagram-able*.
 - 4) Sedikitnya kafe yang beroperasi sampai malam.
- d. *Threats*
- 1) Salah satu ancaman yang menjadi perhatian penulis adalah saat curah hujan tinggi yang ada di Kota Cirebon. Karena, penulis menggunakan kafe *bus* ini dengan menyediakan tempat duduk di dalam ruangan yang tidak banyak. Dikhawatirkan bila curah hujan sangat besar dalam

beberapa hari, maka penulis akan cukup kesulitan dalam mencapai target *income* dan *profit*.



- 2) Banyaknya usaha kafe yang mempunyai keunggulan tersendiri yang menjadi ancaman bagi bisnis ini.

Dari kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh bisnis ini dapat dikatakan bahwa kafe ini direncanakan karena memiliki peluang usaha yang besar melihat generasi milenial yang membutuhkan tempat berkumpul yang *instagram-able* dengan fasilitas yang lengkap, bisnis ini akan sangat kuat bila mempertahankan kekuatan dan melihat peluang kedepan yang ada dengan melakukan berbagai inovasi produk yang nantinya akan terus diminati oleh masyarakat. Protokol kesehatan akan terus dilakukan saat pandemi, untuk menjamin keamanan, kesehatan, dan kenyamanan pelanggan.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Produk/jasa sangat berperan penting dalam mendirikan usaha. Melihat pangsa pasar adalah generasi milenial di area Kota Cirebon yang menyukai produk olahan kopi yang tidak terlalu pahit namun juga tidak terlalu manis, maka dari itu membuat inovasi dari sebuah *coffee latte* adalah hal yang tepat ditambah lagi ada rasa *creamy* yang ditawarkan. Berikut adalah spesifikasi produk yang akan ditawarkan pada kafe Latterminal yang terbuat dari berbagai macam susu, dan rasa yang unik dari sebuah minuman *latte*.

TABEL 4
SPESIFIKASI PRODUK LATTERMINAL CAFE

NO.	SPESIFIKASI	PRODUK	
		Tjampolay Latte	Sapodilla Latte
1.	Gambar		
2.	Bahan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tjampolay syrup</i> • <i>Almond milk</i> • <i>Espresso</i> • <i>Whipped cream</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Sawo syrup</i> • <i>Fresh milk</i> • <i>Chocolate powder</i> • <i>Espresso</i> • <i>Whipped cream</i>
3.	Rasa	Rasa manis yang khas dari sirup tjampolay dengan sentuhan <i>espresso</i> .	Rasa manis dari buah sawo dan susu yang segar dengan tambahan <i>espresso</i> .
5.	Warna	Coklat, merah muda, putih.	Coklat, Putih.
6.	Harga	Rp. 20.000 -25.000,-	Rp. 20.000 - 25.000,-

Sumber: Olahan Penulis, 2020.

F. Jenis Badan Usaha

Dalam pemilihan bentuk bisnis sangat erat hubungannya dengan faktor kepemimpinan, struktur permodalan, dan pengolahan bisnis dalam organisasi, utang piutang, dan lain-lain. Berikut adalah macam-macam bentuk badan usaha yang ada menurut Prof. DR, H. Buchari Alma dalam buku Pengantar Bisnis (2010: 61):

- Perusahaan Perseorangan: Perusahaan yang hanya berusaha dengan modal kecil, Pimpinan disini berada pada pemilik dan mempunyai tanggung jawab yang tidak terbatas.
- Firma: Firma didefinisikan sebagai usaha untuk memasukan sesuatu dalam persekutuan, dengan tujuan untuk membagi-bagi hasil yang didapatkan dari persekutuan itu.
- CV (*Commanditer Vennootschap*): Persekutuan yang didirikan oleh seseorang atau lebih sekutu pengurus yang bertanggungjawab penuh, dengan seseorang atau lebih sekutu yang merupakan pemberi modal dan bertanggung jawab terbatas sebesar modal penyertanya.
- PT (Perseroan Terbatas): Pada UU No. 1/1995 PT adalah badan hukum yang didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.
- Koperasi: Usaha koperasi disusun oleh anggota dan untuk anggota. Usaha koperasi lebih banyak bersifat sosial menolong anggota dari pada motif yang mencari untung sebesar-besarnya.
- Yayasan: Suatu badan hukum yang bisa bertindak dengan nama sendiri. Yayasan ini bergerak dengan tujuan sosial.

Penulis menjadikan usaha kafe ini sebagai usaha perseorangan yang dimana hanya akan mempekerjakan beberapa pekerja dan tidak termasuk anak cabang dari perusahaan manapun.

Alasan memilih menjadi perusahaan perseorangan karena kafe ini hanya berusaha dengan modal kecil, dan penulis menginginkan tidak adanya aturan khusus tentang pembagian keuntungan dan perorganisasian.

G. Aspek Legalitas

Dengan berkembangnya usaha-usaha yang ada maka dibutuhkannya suatu perangkat hukum atau regulasi tertentu agar pertumbuhan bisnis dan pertumbuhan ekonomi dapat terarah guna kemakmuran masyarakat.

Maka dari itu dalam melakukan legalitas diperlukan langkah-langkah tertentu dan memenuhi persyaratannya. Hal yang melegalkan badan usaha diantaranya adalah nama perusahaan, merk perusahaan, dan SIUP (Surat Izin

Usaha Perdagangan) yang dikeluarkan oleh Kantor Perdagangan Provinsi, TDP (Tanda Daftar Perusahaan) yang dikeluarkan oleh Kantor Departemen Perdagangan Kabupaten/Kotamadya setempat.

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2018 terlampir bahwa kafe merupakan daftar usaha pariwisata, maka dari itu dalam mendapatkan sebuah aspek legalitasnya sebuah usaha kafe ini membutuhkan TDUP yaitu Tanda Daftar Usaha Pariwisata.

Karena jenis usaha kafe ini adalah termasuk kedalam jenis Usaha Pariwisata maka hal yang harus dilakukan agar memiliki legalitas bisnis adalah dengan membuat TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata). Berikut beberapa syarat membuat TDUP adalah:

- Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- Surat Izin Gangguan
- Surat Keterangan Domisili
- Surat Pernyataan

Selain TDUP usaha kafe membutuhkan SLHSJ yaitu Sertifikasi Laik *Hygiene* Sanitasi Jasaboga yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan Kota dalam rangka mengendalikan faktor makanan, orang, tempat, proses pengolahan dan perlengkapan pengolahan makanan yang dapat atau mungkin dapat menimbulkan penyakit atau gangguan kesehatan. Sertifikat ini adalah sebagai alat pengawasan pemerintah dalam melindungi konsumen dan menurunkan resiko gangguan kesehatan bagi masyarakat.

Hal yang harus dilengkapi saat mengurus SLHSJ adalah:

- Permohonan sertifikasi laik *hygiene* sanitasi jasaboga

- Fotokopi KTP
- Surat keterangan sehat
- Foto berwarna terbaru ukuran 3 x 4 (2 lembar)
- Pernyataan kesanggupan penanggung jawab
- Denah lokasi jasaboga
- Denah bangunan

Setelah TDUP dan SLHSJ didapatkan, maka usaha ini akan mendapatkan NIB (Nomor Izin Berusaha) dan usaha ini layak untuk dioperasikan dengan aspek legalitas yang sudah dipenuhi.