

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bandung adalah salah satu kota yang berada di daerah Jawa Barat. Bandung juga ditimbang menjadi kota metropolitan karena jumlah penduduknya terbanyak ketiga setelah Jakarta dan Surabaya, dilansir dari website Badan Pusat Statistik Kota Bandung, bahwa Kota Bandung memiliki jumlah penduduk Pria 1.246.325 dan penduduk Wanita sebanyak 1.245.778 pada tahun 2020, data tersebut terus mengalami peningkatan tiap tahunnya sehingga memberikan peluang besar untuk pengusaha ataupun penyedia jasa dalam membuka usahanya menjual barang atau menyediakan jasa di Bandung.

Manusia pada umumnya memiliki kebutuhan untuk menunjang aktivitas dalam kehidupannya, menurut Abraham Maslow Pada bukunya yang berjudul *On Dominance, Self Esteem and Self Actualization (2006)* manusia termotivasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Dilansir pula dari buku *Perilaku Organisasi (2008)* karya Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, dijelaskan lima hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow yang diantaranya adalah Kebutuhan Fisiologis yang didalamnya dipaparkan bahwa salah satu Kebutuhan Fisiologis tersebut adalah Makan.

Dilansir dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi IV, 2016) Kedai adalah bangunan tempat berjualan (makanan dan sebagainya), kedai biasanya ditempati oleh Usaha Mikro Kelas Menengah atau biasa disebut UMKM yang biasanya berjualan olahan makanan dan minuman. Umumnya kedai bertempat pada sebuah bangunan yang kapasitasnya tidak terlalu besar yang biasanya khalayak hanya ingin

bercengkrama atau hanya menikmati hidangan yang dijual atau hanya sekedar memesan untuk di bawa pulang.

Dikutip dari wawancaranya dengan KompasTravel pada tahun 2018, menurut JJ Rizal, Ahli Sejarahwan Indonesia, warteg pertama kali hadir di Jakarta sekitar tahun 1950-an, awalnya terjadi karena banyaknya warga asal Jawa Tengah banyak yang bermigrasi ke Jakarta karena banyak pembangunan di daerah Kebayoran Baru.

Umumnya, Warteg yang kita sering temui adalah Rumah Makan tradisional yang kebanyakan memiliki kapasitas tempat duduk untuk makan ditempat yang sedikit, juga banyaknya varian menu yang kebanyakan adalah menu rumahan dan minuman kemasan *sachet* menjadi solusi untuk kalangan menengah kebawah ataupun masyarakat yang ingin memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan murah, seiring berjalannya waktu Warteg mengalami perkembangan baik dari Menuanya ataupun dari segi Desain, seringkali kita jumpai adalah Warteg Bahari, tapi kebanyakan dari Warteg tersebut masih menerapkan sistem penjualan yang masih Tradisional.

Dari sekian banyaknya kedai makanan yang ada di Kota Bandung, sulit dijumpai Kedai Warteg yang higienitasnya terjaga secara rutin dan juga bahan makanannya yang dipilih ataupun diolah sedemikian rupa, Menurut hasil Analisa Lingkungan yang dilakukan penulis terdapat data yang menyebutkan bahwa lebih banyak Kedai yang masih menggunakan konsep Warteg yang tradisional secara desain maupun cara pelayanannya.

Lalu dewasa ini banyak Warteg yang muncul menawarkan ide maupun inovasi yang baru dan segar, seperti meningkatkan kualitas hidangan dengan merubah tampilannya menjadi lebih cantik, mengolah bahan makanan dengan standar yang sesuai serta menggunakan pelayanan yang lebih modern dengan menggunakan pramusaji. Adapun Warteg Aero menjadi kompetitor dari bisnis serupa yang berada di Jalan Tubagus Ismail, Dago Atas yang menawarkan konsep Warteg yang Modern dari penyajian, desain rumah makan hingga pelayanannya.

Dari Analisa Lingkungan yang dilakukan penulis terkait dengan aspek yang sudah dipaparkan sebelumnya, penduduk yang ada di Jalan Setiabudi merupakan Mahasiswa/i Perguruan Tinggi dan juga perantau yang mayoritas belum pernah mendengar ataupun mencoba Warteg dengan konsep yang Modern.

Lalu dari pemaparan sebelumnya penulis menyimpulkan bahwa mayoritas penduduk yang ada di Jalan Setiabudi yang merupakan Mahasiswa/i ataupun perantau belum pernah merasakan pengalaman dari Warteg Modern di Kota Bandung. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat Tugas Akhir yang berbentuk perencanaan bisnis dengan judul :

“PERENCANAAN BISNIS KEDAI “FONDASI” DI JALAN SETIABUDI BANDUNG”

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Umum Bisnis

Bisnis adalah suatu bentuk dari sebuah usaha yang dibuat oleh sebuah individu ataupun kelompok untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang sebanyak-banyaknya dengan melakukan kegiatan produksi, menyediakan jasa ataupun kegiatan jual-beli.

Menurut Griffin dan Ebert (2007) bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud agar mendapatkan laba.

Kedai “Fondasi” yang direncanakan oleh penulis akan memiliki konsep Warteg yang modern dari segi desain, pelayanan maupun dari menu yang ditawarkan kepada konsumen. Untuk kedainya sendiri nantinya akan berada di salah satu ruko yang ada di Jalan Setiabudi Bandung yang akan memiliki satu lantai yaitu dari area dapur hingga area tamu, serta menawarkan konsep meyantap hidangan yang modern yaitu pada meja masing-masing yang terpisah sehingga kenyamanan terjamin sehingga pelanggan akan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman agar tamu mempertimbangkan untuk kembali lagi nantinya ke kedai tersebut. Mengusung konsep Warteg namun dikemas secara Modern penulis bermaksud membuat pengalaman yang baru untuk pelanggan yaitu nantinya model etalase yang menampilkan makanan akan ada dan tamu bisa secara leluasa memilih, konsep kedai ini pun minimalis namun akan memiliki kesan Modern dengan memilih *furniture* dengan desain yang kekinian juga akan menambah aksen mewah yang akan membuat tamu semakin tertarik untuk

datang dan merasakan pengalaman tersebut, untuk area dapur juga akan diawasi secara rinci guna mempertahankan kualitas bahan serta hidangan yang akan disajikan ke pelanggan. Nantinya juga akan disediakan area untuk merokok sehingga tidak akan mengganggu kenyamanan tamu yang tidak merokok.

Menu yang disajikan dari Kedai ini akan bervariasi namun selektif agar menghindari pembuangan bahan secara berlebih, konsep yang akan disajikan nantinya berupa menu yang diadakan per hari, contoh; Hari Senin hanya menyediakan Gulai Nila, Ayam Goreng, Sayur Sop dan Ikan Tongkol Balado.

Dari konsep tersebut penulis melihat adanya potensi untuk promosi yang berkepanjangan baik di media sosial ataupun secara luring karena menu yang terus di perbaharui setiap harinya sehingga menimbulkan *awareness* untuk pelanggan baru dan juga pelanggan akan menantikan pembaruan nantinya.

2. Deskripsi Logo Dan Nama

Logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, jasa, objek, ide, publikasi, orang atau layanan (Adams Morioka : 2009). Lalu menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi IV, 2016) Nama adalah kata untuk menyebut atau memanggil orang (tempat, barang, binatang dan sebagainya) ataupun sebuah gelar atau sebutan, kemashuran, kebaikan (keunggulan) dan kehormatan.

Kedai yang telah direncanakan oleh penulis akan diberi nama “Fondasi” yang bertujuan meningkatkan kualitas dari masakan rumahan serta memberikan pengalaman baru menyantap hidangan di Warteg yang kerap kali dijadikan opsi makanan murah, namun dengan diusungnya konsep Modern yang penulis rencanakan maka penulis berharap nantinya akan menciptakan pasar baru untuk Warteg.

Penulis terinspirasi dari serial yang ada di *internet* dimana ada sebuah koki yang ditantang untuk membuat hidangan yang terkesan mahal namun menggunakan bahan rumahan yang seadanya, berangkat dari kesuksesan serial tersebut penulis memperoleh suatu ide yang dengan besar harapan merubah stigma masyarakat akan “Warteg” yang terkesan murah dan itu-itu saja. Nantinya kedai yang direncanakan oleh penulis akan mempunyai waktu operasional dari pukul 08.00 WIB sampai 22.00 WIB yang bertujuan buka saat waktu sarapan, makan siang hingga makan malam. Adapun Logo yang telah dirancang oleh penulis sebagai berikut :

GAMBAR 1
LOGO KEDAI “FONDASI”



Sumber : Olahan Penulis (2023)

1. Penulis memilih “Fondasi” sebagai nama bisnis dikarenakan hidangan yang ada pada “Warteg” seringkali menjadi kebutuhan sehari-hari baik itu dari golongan Pekerja, Pelajar, Mahasiswa dan lain-lain. Makanan pada umumnya juga fondasi untuk tubuh ini jadi itulah mengapa penulis memberikan “Fondasi” sebagai nama bisnis dengan besar harapan dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Pemilihan warna untuk logo hanya hitam dan putih karena berdasarkan kesederhanaan yang ditawarkan “Warteg” pada umumnya.

3. Piring serta Sendok dan Garpu menjadi alat kita sehari-hari untuk menyantap hidangan yang ada baik di Rumah, Rumah makan maupun di Restoran Mewah.

4. Tiga Garis yang ada di dalam piring mewakili komponen yang selalu ada di piring pelanggan “Warteg” yaitu Lauk, Sayur dan Nasi. Tiga garis tersebut juga merepresentasikan tiga waktu makan yaitu Sarapan, Makan Siang dan Makan Malam yang diharapkan pelanggan dapat memenuhi kebutuhan asupannya di waktu makan tersebut.

5. Font yang dipilih untuk menuliskan Nama Bisnis ditulis dengan tebal yang diharapkan dapat memberikan kesan yang tegas, mewah sekaligus sederhana sehingga memperbaharui stigma yang ada di masyarakat akan “Warteg”.

3. Identitas Bisnis

GAMBAR 2 LOKASI KEDAI “FONDASI”



Sumber : Olahan Penulis (2023)



Sumber : google.com/maps (2023)

Penulis merencanakan lokasi dari bisnis Kedai “Fondasi” untuk di adakan di Jalan Setiabudi di Ruko No. 188 yang bersebelahan dengan kampus PPNHIB, pemilihan lokasi ditentukan karena lokasinya yang strategis sehingga diharapkan mampu memenuhi kapasitas penjualan dan yang lainnya, tempat juga mudah dijangkau karena ada di bahu jalan serta ada tempat parkir yang mumpuni untuk mobil maupun motor sehingga dapat mudah diakses oleh siapapun.

Selain daripada yang sudah disebutkan, konsumen juga bisa melihat dari sosial media seperti *Instagram* (contoh; @kedaifondasi) ataupun melalui nomor ponsel admin (contoh; 08787801xxxx) untuk menggali informasi

terkait dengan *Booking* ataupun sekedar bertanya tentang informasi umum yang terkait dengan Kedai “Fondasi”.

C. Visi Dan Misi

Menurut Indrakaralesa (2007) Visi adalah refleksi keyakinan-keyakinan dan asumsi-asumsi dasar tentang segala tentang kemanusiaan , ilmu dan teknologi, ekonomi, politik, seni budaya dan etika. Dan Misi menurut Arman (2008) adalah pernyataan-pernyataan yang mendefinisikan apa yang sedang/akan dilakukan atau ingin dicapai dalam waktu yang sangat dekat atau saat ini.

Kedai “Fondasi” mempunyai Visi yaitu menjadi bisnis yang berkembang dengan baik sehingga mampu bertahan dengan lama dalam keadaan apapun sehingga Kedai “Fondasi” nantinya akan dipertimbangkan. Maka dari itu guna mencapai Visi yang telah diusung, penulis membuat Misi untuk Kedai “Fondasi” sebagai berikut :

- Menggunakan dan Menetapkan standar pelayanan yang baik.
- Kedai “Fondasi” Menggunakan *furniture* yang modern, seperti menggunakan Kursi dan Meja model terbaru brand *IKEA* sehingga tidak terkesan seperti Kedai Makan pada umumnya dan terlihat lebih Modern.
- Menyediakan fasilitas seperti *Wi-Fi*, *Cardless Payment*, Toilet yang cukup serta Wastafel yang terpisah dari Toilet untuk menjaga higienitas.
- Menggunakan bahan baku yang berkualitas dan juga di olah dengan standar pengolahan yang sesuai dengan higienitas dan sanitasi.
- Menawarkan harga yang kompetitif namun kualitas lebih terjamin.

D. Analisis SWOT

Menurut Galavan (2014) analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) merupakan analisis dalam meraih strategi yang berguna dan efektif yang diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu. Peluang (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threat*) yaitu analisis dalam mengetahui lingkungan luar atau eksternal, kemudian Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*) didapatkan melalui analisis secara internal. Dari teori dan pemaparan tersebut penulis menyimpulkan bahwa Analisis SWOT dipertimbangkan untuk kelancaran kegiatan usah, maka daripada itu penulis menyiapkan Analisis SWOT untuk Kedai “Fondasi” sebagai berikut :

A. Strength

- Variasi Menu dibuat lebih variatif dan berbeda dari Warteg pada umumnya.
- Memiliki konsep yang baru dan kekinian.
- Tempat strategis di bahu jalan juga diantara tiga Univeritas yaitu Universitas Pasundan dan Politeknik Pariwisata NHI Bandung, dan Universitas Pendidikan Indonesia.

B. Weakness

- Fasilitas parkir yang minim.
- Tarif sewa yang cukup tinggi.

C. *Opportunity*

- Jalan Setiabudi mayoritas penduduknya merupakan pendatang dan mahasiswa.
- Bahan baku mudah didapatkan.
- Masyarakat yang umumnya Mahasiswa/i sudah mengenali varian menu yang ditawarkan.

D. *Threat*

- Banyaknya kompetitor di radius 3 sampai 5 Kilometer.
- Keamanan yang cukup rawan karena berada di bahu jalan.
- Polusi udara yang mengganggu karena berada di bahu jalan yang sibuk.

Dibawah ini adalah matriks SWOT yang berbentuk Tabel berisikan strategi yang nantinya dapat dilakukan berdasarkan Analisa SWOT yang telah dilakukan sebelumnya.

TABEL 1
SWOT ANALYSIS

SWOT Analysis	Strength :	Weakness :
	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi Menu dibuat lebih variatif dan berbeda dari Warteg pada umumnya. • Memiliki konsep yang baru dan kekinian disaat belum banyak usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas parkir yang minim. • Tarif sewa yang cukup tinggi.

TABEL 1 LANJUTAN
SWOT ANALYSIS

<p>Opportunity :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jalan Setiabudi mayoritas penduduknya merupakan pendatang dan mahasiswa. • Bahan baku mudah didapatkan. • Masyarakat yang umumnya Mahasiswa/i sudah mengenali varian menu yang ditawarkan. 	<p>S-O Analysis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berpotensi memiliki banyak konsumen dikarenakan menu yang sudah dikenali oleh konsumen • Harga yang nantinya ditawarkan tidak terlalu mahal menyesuaikan dengan target pasar yaitu mahasiswa/i. 	<p>O-W Analysis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi sebagai Warteg Modern yang mampu bersaing dengan Warteg Tradisional sehingga penjualan meningkat. • Menyediakan lahan tambahan untuk parkir sehingga mempengaruhi usaha yang ada disekitar agar berkembang.
<p>Threats :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya kompetitor di bidang serupa di Jalan Setiabudi. • Keamanan yang cukup rawan karena berada di bahu jalan. • Polusi udara yang mengganggu karena berada di bahu jalan yang sibuk.. 	<p>S-T Analysis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi dengan menawarkan menu yang kekinian. • Menyediakan promo untuk Mahasiswa/i secara berkala. 	<p>W-T Analysis :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat Kedai menjadi <i>Indoor</i>. • Menawarkan varian menu yang lebih modern dibanding kompetitor di bidang serupa.

Sumber : Olahan Penulis (2023)

E. Spesifikasi Produk atau Jasa

Sebuah Bisnis atau Usaha akan melakukan penjualan Produk atau Jasa untuk mendapatkan sebuah keuntungan, menurut Kotler dan Armstrong (2017) Produk didefinisikan sebagai apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat

perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jasa adalah sebuah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* atau tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan produksinya tidak terikat pada suatu produk fisik (Kotler dan Keller : 2016).

Bisnis Kedai “Fondasi” menawarkan tempat makan dengan nuansa yang modern, minimalis dan juga kesan yang mewah atau formal. Kedai “Fondasi” menjual produk makanan dan minuman yang berbeda dari Rumah Makan lainnya, yang membedakannya adalah Kedai “Fondasi” memilih konsep Warteg sebagai metode penjualannya dimana nantinya makanan yang akan dihidangkan dipertunjukkan terlebih dahulu di etalase sehingga konsumen dapat dengan leluasa memilih ragam lauk pauk yang tersedia di etalase tersebut, adapun lauk pauk yang tersedia adalah umumnya Orek Tempe, Oseng Kikil, Kentang *Mustofa*, Telur Dadar, Telur Ceplok, Kulit Ayam Krispi, Mie Goreng dan Bihun Goreng, namun karena mengedepankan konsep yang modern ditambahkan menu seperti Chicken Katsu, Fish Fillet dan Meatball. Lauk pauk tersebut nantinya akan didampingkan dengan pilihan Nasi yang tersedia seperti Nasi Putih, Nasi Kuning atau Nasi Uduk. Lalu untuk minumannya Kedai “Fondasi” sendiri akan menjual minuman yang sering dijumpai pada umumnya seperti Teh Manis atau Teh Tawar, Minuman Bersoda kemasan Botol, dan Minuman *Sachet* yang diseduh.

Jasa yang ada di Kedai “Fondasi” merupakan pramusaji yang membantu mengambilkan pesanan serta mengambil porsi lauk pauk yang dipilih oleh

konsumen, adapula pramusaji yang bertugas untuk mengantar minum kepada konsumen sehingga konsumen merasa nyaman.

Dari pemaparan diatas ada pula ilustrasi makanan yang mendekati dengan hidangan yang akan dijual nantinya berikut adalah tabel yang berisikan ilustrasi tersebut :

TABEL 2
GAMBAR ILUSTRASI MAKANAN

No.	Contoh Makanan	Nama Makanan
1.	 <p style="text-align: center;"><i>Sumber :</i> https://www.thereciperebel.com/easy-meatball-recipe/</p>	Meatball
2.		Chicken Katsu

	<p><i>Sumber :</i></p> <p><i>https://www.urbanjabar.com/lifestyle/pr-924266564/resep-chicken-katsu</i></p>	
--	--	--

TABEL 2 LANJUTAN
GAMBAR ILUSTRASI MAKANAN

4.	 <p><i>Sumber : https://www.blibli.com/p/nasi-putih</i></p>	<p>Nasi Putih</p>
5.	 <p><i>Sumber :</i></p> <p><i>https://www.kompas.com/food/read/2022/08/16/210700675/resep-nasi-kuning</i></p>	<p>Nasi Kuning</p>

6.	 <p data-bbox="475 616 1120 651"><i>Sumber : https://bebekbkb.com/product/nasi-uduk</i></p>	<p data-bbox="1273 524 1337 555">Nasi</p> <p data-bbox="1273 598 1337 629">Uduk</p>
----	---	---

Sumber: google.com (2023)

F. Jenis Badan Usaha

Saat ingin merencanakan suatu badan usaha, pemilik badan usaha harus memilih jenis dari badan usaha yang akan dijalankannya untuk menunjang kelangsungan dari badan usaha yang dimiliki dan juga guna memiliki perlindungan secara hukum. Hal tersebut dapat didapatkan dengan cara mendaftarkan badan usaha melalui pendaftaran pengusaha. Menurut Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil maupun Menengah :

Usaha yang dikelola oleh perorangan, rumah tangga, dan usaha dengan aset dan penjualan sampai dengan Rp 500 juta per tahun. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pendapatan per tahun yang didapat oleh pelaku usaha tergolong sedikit. Maka tak heran jika banyak dari pelaku UMKM menjalankan usahanya dari Sewa ataupun Rumah Pribadi.

UMKM tergolong menjadi tiga jenis, yaitu :

1. Usaha Mikro, pengertian dari Usaha Mikro sendiri diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp. 50.000.000 dan tidak termasuk aset bangunan dan tempat usaha.

2. Usaha Kecil, merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri yang dimiliki perseorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Usaha yang masuk ke dalam kriteria Usaha Kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp. 50.000.000 dengan maksimal yang dibutuhkannya mencapai Rp. 500.000.000.

3. Usaha Menengah, adalah perusahaan dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang ataupun anak perusahaan dari perusahaan pusat dan merupakan bagian langsung atau tidak langsung dari perusahaan kecil atau perusahaan besar dengan jumlah kekayaan bersih sesuai dengan yang diatur oleh peraturan perundang-undangan. Usaha menengah sering digolongkan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki perusahaan mencapai Rp. 500.000.000,- hingga Rp. 10.000.000.000,- dan tidak termasuk dengan bangunan dan tanah tempat usaha.

G. Aspek Legalitas

Aspek Legalitas adalah sebuah validasi yang diperoleh sebuah badan usaha yang melakukan aktivitas jual beli guna memperoleh laba. Selain menjadi resmi di bawah hukum, aspek legalitas juga berfungsi sebagai tanda untuk sebuah badan usaha bahwa usaha yang dijalankannya sudah sesuai dengan standar yang ada dan juga memiliki keamanan dikarenakan sudah tervalidasi oleh hukum sehingga dapat

dipastikan bahwa produk ataupun jasa yang dijual oleh badan usaha tersebut aman untuk dikonsumsi atau di beli.

Dokumen yang mendukung legalitas dalam melakukan sebuah usaha dalam bidang kuliner adalah TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata). Dokumen tersebut dimiliki oleh setiap pelaku usaha yang bergerak di sektor pariwisata. Hal tersebut lantaran karena pelaku usaha dalam bidang pariwisata diwajibkan untuk memiliki dokumen tersebut karena telah diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata No. 18 Tahun 2016. Berikut merupakan persyaratan dari Pelayanan TDUP Jasa Makanan dan Minuman :

1. Formulir permohonan;
2. Fotokopi KTP pemohon atau penanggung jawab usaha yang masih berlaku;
3. Surat Pernyataan Pengelolaan Lingkungan (SPPL)
4. Surat keterangan Higienis dari Dinas Kesehatan
5. Fotokopi bukti kepemilikan usaha
6. Foto tempat usaha dan gambar denah lokasi
7. Foto pemohon ukuran 4x6 sebanyak dua lembar; dan
8. Fotokopi akta pendirian badan usaha berbadan hukum yang mencantumkan usaha jasa makanan dan minuman, beserta perubahannya apabila ada.

Apabila pengajuan permohonan dilakukan oleh pihak ketiga, maka permohonan harus melampirkan Surat Kuasa bermaterai Rp. 6.000 yang ditandatangani oleh pemberi kuasa dan Fotokopi KTP pihak ketiga selaku penerima kuasa yang masih berlaku.