

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaruh globalisasi yang terjadi di Indonesia salah satunya ialah perilaku kehidupan yang konsumtif, budaya dan sistem hidup masyarakat yang sudah banyak mengalami transformasi ini bukan hanya terjadi di kalangan menengah keatas melainkan telah ditiru oleh kalangan menengah kebawah dan kebiasaan konsumtif ini juga sudah menjadi hal yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Dengan terjadinya fenomena ini maka membawa dampak terhadap industri makanan dan minuman di Indonesia, perkembangan bisnis makanan dan minuman menjadi sangatlah pesat. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya pelaku bisnis yang membuka berbagai macam jenis bisnis makanan dan minuman

Pesatnya perkembangan bisnis makanan dan minuman juga diakibatkan oleh perkembangan industri pariwisata yang telah mengalami pertumbuhan pesat. Ini terjadi karena pemerintah Indonesia terus menerus mengupayakan kemajuan industri pariwisata di Indonesia dan dibuktikan dengan pembangunan destinasi wisata yang diiringi oleh pembangunan tempat rekreasi maupun tempat hiburan di kota-kota di Indonesia. Situasi inilah yang menjadi prospek besar dalam membangun bisnis baru dibidang kuliner.

Kota Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang bisnis makanan dan minumannya menjanjikan dan unggulan. ini dibuktikan dari pertumbuhan rata-rata sektor kuliner Bandung setiap tahunnya menyentuh *double digit*. Banyak

Pelaku bisnis kuliner yang berlomba-lomba mendirikan bisnisnya dengan menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman yang memiliki cita rasa yang unik dan juga tampilan yang menarik sehingga mampu meningkatkan nilai estetika guna menjadi daya tarik konsumen. Dalam artikel Kompas (2019) Bapak Arief Yahya sebagai Menteri Pariwisata yang menjabat dari 2014-2019 juga menetapkan bahwa Bali, dan Bandung menjadi salah satu destinasi wisata kuliner yang unggul di Indonesia.

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Bandung mempunyai jumlah kepadatan penduduk yang tinggi di Jawa Barat. Selain itu, laju pertumbuhan penduduk Kota Bandung masih menjadi yang tertinggi di Provinsi Jawa Barat. Untuk memahami dan memverifikasinya, berikut penulis lampirkan data jumlah penduduk tahun 2018 – 2020 di bawah ini.

TABEL 1. 1
JUMLAH PENDUDUK KOTA BANDUNG TAHUN 2018-2020

Tahun	Jumlah Total Penduduk
2018	2.503.708
2019	2.507.888
2020	2.510.103

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2020

Peluang pasar yang sangat bagus dan mudah didapatkan adalah salah satu hal yang menjadi alasan mengapa banyak yang memilih untuk mendirikan suatu usaha di Kota Bandung. Segala ragam kebutuhan untuk menunjang kehidupan dapat ditemui dengan mudah. Tak terkecuali bagi para pelaku bisnis yang ingin membuka usaha baru karena dapat membuka usaha apa saja di Kota ini.

Berdasarkan tabel 1.1, diketahui bahwa angka penduduk di Kota Bandung selalu bertambah setiap tahunnya dan dapat dikatakan bahwa kebutuhan makan dan minum yang ada di kota ini pun akan bertambah seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Potensi masyarakat Kota Bandung untuk pergi ke *café* maupun restoran diduga akan bertambah besar. Alasan lainnya adalah makanan dan minuman di Kota Bandung juga sedang berkembang sangat baik, maka dari itu Kota Bandung memiliki peluang dan daya tarik tersendiri untuk mendirikan *café* maupun restoran dan dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Dikutip dari Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 11 tahun 2014 tentang Standar Usaha Restoran pasal 1 ayat (2) dijelaskan bahwa restoran adalah suatu usaha yang memberikan pelayanan jasa dalam bentuk makanan dan minuman yang dilengkapi oleh peralatan kegiatan operasional untuk proses produksi, penyimpanan dan penyajian di tempat yang tetap atau tidak berpindah-pindah dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Sedangkan menurut Ninemeier & Hayes (2006:11), restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu – individu dan tamu – tamu dalam kelompok kecil. Berlandaskan dua teori di atas dapat diartikan bahwa restoran ialah tempat dimana pembeli bisa membeli makanan dan minuman serta terdapat pelayanan di dalamnya, seperti yang diketahui bahwa restoran memiliki beragam jenis, seperti, *fine dining*, *supper club*, *continental restaurant*, *super club*, *specialty restaurant*, dan juga *café*.

Menurut Adi Soenarmo (2003:66) *Café* adalah restoran dengan menu terbatas. *Café* adalah istilah lain dari *coffee* yang biasa dipakai untuk menyebut

istilah *coffee shop*. Artinya tempat makan dan minum yang menyediakan minuman ringan untuk orang yang santai atau menunggu sesuatu. Sedangkan menurut Budiningsih (2009:51) *café* atau kafe adalah suatu restoran kecil yang berada di luar hotel. *Café* memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, *soft drink*, teh, kopi, rokok, *cake*, cemilan dan lain-lain. Dari kedua pemahaman tersebut dapat dijelaskan bahwa *café* adalah tempat pelayanan makanan dan minuman yang tidak formal atau bisa dikatakan lebih ringan dan makanan dan minuman yang dijual tidak sebanyak restoran.

Saat ini banyak *café* yang menawarkan beragam produk makanan maupun minuman yang mempunyai daya tarik istimewa bagi para konsumen. Terlepas dari produk istimewa tersebut, kini pelaku usaha *café* berlomba untuk menawarkan pengalaman yang berbeda yang mereka wujudkan di dalam usahanya bagi para konsumennya dengan tujuan guna memberikan daya tarik, memberikan identitas khusus yang dapat menjadi pembeda dari usaha *café* lainnya dan juga hal tersebut dapat menjadi pembuka peluang bagi pelaku usaha *café* untuk menetapkan harga jual yang lebih tinggi karena *café* tersebut menawarkan produk istimewa dan pengalaman yang berbeda. Pengalaman yang dimaksud adalah konsep baru yang sebelumnya belum pernah dirasakan dan ditemui oleh pengunjung di *café* atau tempat manapun.

Sama halnya dengan *café* yang penulis rencanakan juga hendak menawarkan suatu pengalaman baru bagi para konsumen dengan cara mengkombinasikan *café* dengan galeri seni yang mengusung tema *beautiful London flowers design interior*.

Menurut Amri Yahya, seorang seniman terkenal, galeri seni merupakan sebuah area untuk memamerkan karya seni. Galeri seni dapat dimiliki secara individual maupun kelompok. Di beberapa negara maju, galeri seni dilengkapi dengan toko buku. Selain itu ada pula yang dilengkapi dengan kafe sehingga pengunjung dapat menikmati karya seni dengan suasana santai.

Berdasarkan kutipan di atas mampu dijelaskan bahwa galeri seni merupakan tempat dimana seseorang dapat melihat, menikmati bahkan membeli karya seni yang diciptakan oleh seorang seniman baru, berpengalaman maupun master seni. Galeri seni tidak memfokuskan penjualan karya seni, melainkan tempat bertemunya pecinta seni. Galeri seni dapat digabungkan dengan *café* agar dapat menarik perhatian para pengunjung atau pecinta seni, sehingga mereka dapat merasa nyaman ketika menikmatinya. Lazimnya galeri seni diisi dengan segala hal yang memiliki estetika atau nilai seni, seperti lukisan, foto, patung, seni grafis dan lain sebagainya.

Menurut Ki Hajar Dewantara, Seni adalah hasil keindahan sehingga dapat mempengaruhi perasaan seseorang yang melihatnya, dan seni merupakan perbuatan manusia yang bisa mempengaruhi dan menimbulkan perasaan indah. Penulis sendiri ialah seorang yang mencintai seni dan mempunyai ketertarikan di dunia seni, baik itu seni rupa, seni tari dan seni teater. Penulis ingin menyalurkan bakat berkesenian yaitu melukis dan membuat kerajinan tangan dan ingin memperlihatkan karya-karya yang telah dan akan dibuat di galeri seni pribadi yang digabungkan dengan *café*.

Seni juga dapat diterapkan kedalam makanan dan minuman yang berupa presentasi hidangan yang cantik dan indah, teknik pengaplikasiannya yang beragam

maupun kreatifitas seorang *chef* atau *bartender/ barista* dalam membuat suatu menu. Seperti yang sudah dijelaskan di awal paragraf, maka disini penulis ingin menerapkan seni kepada menu yang akan dijual di perencanaan bisnis *gallery art café* ini guna menarik perhatian pasar dan memiliki nilai lebih sehingga dapat menaikkan harga jual.

Edible flowers adalah bunga yang memiliki tampilan cantik dan memiliki banyak ragam warna, rasa, bentuk, tekstur yang berbeda-beda yang aman untuk di konsumsi. Selain dikenal sering digunakan sebagai *garnish*, *edible flowers* memiliki sifat fleksibel karena dapat menjadi pengganti sayuran atau dapat digunakan menjadi *herbs*. Dengan fakta-fakta mengenai *edible flowers* maka penulis ingin menggunakannya sebagai bahan wajib yang selalu ada di setiap hidangan makanan maupun minuman yang akan dijual di *gallery art café* ini. Karena ini dapat menjadi daya tarik tersendiri dan dapat meningkatkan nilai seni di hidangan yang akan dijual.

Sama halnya dengan konsep keseluruhan hidangan yang ditawarkan di perencanaan bisnis ini, interior maupun eksterior pada *café* ini juga memiliki tema yang mencontoh kepada *café-café* di London, United Kingdom yaitu *beautiful London flowers* yang dimana memiliki ciri khas pada eksterior atau *façade* yang menampilkan rangkaian bunga, yang mana rangkaian bunga tersnantinya akan selalu diganti setiap kali rangkaian bunga tersebut layu. Interior pada *gallery art café* ini juga terinspirasi dari *café-café* di London yang mana memanfaatkan pencahayaan alami dengan memperbanyak bukaan, selain itu *gallery art café* ini juga memfokuskan kepada kenyamanan dan keestetikaan yang mana akan didesain semirip mungkin dengan suasana di London, *furniture* yang akan di gunakan juga

dibuat modern. Eksterior pada *gallery art café* ini lah yang akan menjadi daya tarik pertama kali pelanggan lihat karena terpampangnya rangkaian bunga yang cantik dan indah di muka bangunan *café*. Terlebih belum adanya *café* atau restoran di Kota Bandung yang memiliki tema serupa.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijabarkan dan dengan adanya konsep yang telah dijabarkan, penulis merencanakan pembuatan bisnis kuliner yang dimana dituangkan ke dalam Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS MODEL CANVAS ‘FORGET ME NOT GALLERY ART CAFÉ’ DI KOTA BANDUNG”**.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Perencanaan Bisnis ini memiliki konsep utama yakni *café* yang digabungkan dengan galeri seni yang mana *café* ini bertema *Beautiful London Flowers design interior* dan untuk semua hidangan yang dijual menggunakan *ingredient* wajib yakni *edible flowers*.

Hal ini didasari karena penulis ingin memiliki galeri seni pribadi agar dapat menyalurkan bakat dan memperlihatkan hasil karya seni yang penulis dan keluarga penulis ciptakan.

Serta dengan adanya *edible flowers* di semua hidangan diyakini akan menambah nilai estetika dan secara otomatis akan menambah minat pasar sehingga peluang dalam membuka bisnis ini akan semakin besar.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama dan Logo tempat usaha merupakan salah satu elemen yang wajib dimiliki oleh segala jenis usaha dan elemen ini ialah salah satu yang memiliki pengaruh untuk para pelanggan karena elemen ini merupakan identitas *brand*. Menariknya suatu nama dan logo berbanding lurus dengan memikat dan dikenalnya brand tersebut oleh para konsumen.

Identitas *brand* merupakan sebuah rangkaian visual dan ekspresi verbal dari suatu bisnis. Identitas *brand* harus mudah diingat dan mudah dibedakan dari para pesaing dan harus memiliki makna yang berarti. Beberapa unsur penting harus dimiliki dalam menciptakan identitas brand yang ideal, seperti visi, diferensiasi, fleksibilitas, makna, daya tahan, komitmen, keaslian, koherensi, dan nilai. Sumber Alina Wheeler (2009:4).

Nama dari usaha *gallery art café* yang penulis rencanakan ialah ***Forget Me Not***. Arti dari nama ini sendiri adalah “jangan lupakan saya”, akan tetapi dasarnya nama ini terinspirasi dari nama bunga *Genus Myosotis* dari keluarga *Boraginaceae* yang banyak dijumpai di perkebunan dan bunga ini sering dijadikan lambang kesetiaan. Nama ini diambil karena mengingat konsep dari bisnis yang penulis rencanakan serta nama yang memiliki banyak arti dan harapan pada perencanaan bisnis *gallery art café* ini.

Berdasarkan nama *gallery art café* ini, diharapkan agar kedepannya ***Forget Me Not*** dapat membuat para pelanggannya tidak melupakan *experience* yang mereka dapatkan ketika berkunjung ke galeri seni ini begitu saja dan akan selalu setia terhadap *café* ini.

Logo pada dasarnya adalah pembeda yang dirancang oleh sebuah

perusahaan sebagai pengakuan serta landasan citra dan salah satu pangkalan elemen identitas perusahaan agar para konsumen merasa aman dan percaya pada perusahaan tersebut. Logo juga dapat dijadikan sebagai sebuah alat untuk mengomunikasikan nilai-nilai usaha kepada para pelanggan, karyawan dan investor, sumber Charlotte Rivers (2003:7). Berikut ialah desain logo dari *Forget Me Not Gallery Art Café*.

GAMBAR 1
DESAIN LOGO *FORGET ME NOT*



Sumber: Desain Penulis, 2020

Bersandarkan pada gambar 1, dapat dijelaskan bahwa warna hitam pada kata *Forget Me Not* dipilih karena warna ini melambangkan kekuatan. Di dalam kata “*Not*” penulis mengganti huruf “o” dengan bunga *Forget Me Not* itu sendiri. Tujuan dari adanya tambahan bunga *Forget Me Not* yaitu agar semakin menegaskan konsep *beautiful London flowers* pada *design interior* di *café* ini. Sedangkan pada kata *Gallery Art Café* menggunakan warna *gold* karena warna ini menyimbolkan kemakmuran dan kesuksesan yang dimana kedepannya penulis berharap agar bisnis *Forget Me Not Gallery Art Café* ini terus mengalami kemakmuran dan kesuksesan.

3. Identitas Bisnis

Bangunan yang memiliki luas tanah 960 m² dan luas bangunan 200 m²

yang saat ini disewakan di jalan Bahureksa No.21, Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, 40115 Indonesia dipilih karena di wilayah ini merupakan salah satu yang ramai dan terdapat rumah penduduk, dekat dengan fasilitas umum seperti rumah sakit, sekolah, hotel dan lainnya, selain itu lokasi ini dipilih karena terletak di perkotaan akan tetapi harga yang ditawarkan oleh pemilik tempat ini tidak terlalu mahal jika di bandingkan dengan wilayah ramai lainnya di Kota Bandung, seperti Jalan Riau atau Jalan Dago.

GAMBAR 2

LOKASI PERENCANAAN *Forget Me Not Gallery Art Café* DI JALAN BAHUREKSA, BANDUNG.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2020.



Sumber: *Google Maps*, 2020

C. Visi dan Misi

1. Visi

Suatu perencanaan bisnis wajib memiliki visi yang sanggup memperkuat bisnis yang dimana nantinya visi tersebut akan digunakan guna melaksanakan operasional bisnisnya agar berjalan dengan lancar. Sama halnya dengan *Forget Me Not Gallery Art Café* sebagai berikut.

Visi *Forget Me Not Gallery Art Café*: “Menjadi *café* dengan *gallery seni* terkemuka di Kota Bandung dengan mengutamakan keunikan *design exterior* dan *interior* dan suasana yang nyaman dan menawarkan makanan yang memiliki nilai seni tinggi”

2. Misi

Guna membantu visi agar berjalan, bisnis *Forget Me Not Gallery Art Café* ini memiliki misi sebagai berikut:

- Memberikan kebahagiaan terhadap pelanggan, pegawai dan pemilik
- Membentangkan inovasi demi kesinambungan perusahaan
- Mengutamakan nilai seni dan kualitas dalam segala aspek.

D. SWOT Analysis

Ketika membuat suatu perencanaan bisnis, tentunya memerlukan sebuah penghampiran guna mengevaluasi rancangannya terlebih dahulu. Salah satu cara untuk mengevaluasinya ialah dengan menganalisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

Dikutip dari Kotler & Armstrong (2008:64) Analisis SWOT adalah

penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk.

Ada pula kegunaan SWOT yang dikutip dari Jogiyanto (2005:46) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Dengan demikian penulis melakukan sebuah analisa SWOT untuk perencanaan bisnis gallery art *café* sebagai berikut:

- ***Strength (Kekuatan)***
 - Terdapatnya galeri seni di dalam sebuah *café* yang dimana sebagian besar karya seni yang di pameran merupakan karya panulis.
 - Memiliki design interior yang unik, yakni *beautiful London flowers* yang sesuai dengan gaya hidup/sosial target pasar dan belum adanya design interior serupa di Kota Bandung.
 - Memiliki ciri khas pada semua hidangan, baik itu makanan maupun minuman yang dimana akan selalu ada *edible flowers* guna mempercantik tampilan.
 - Jaringan pemasaran *word of mouth* dan/atau sosial media yang luas.
 - Lokasi yang strategis karena terletak di salah satu wilayah teramai di Kota Bandung dan memiliki aksesibilitas yang lancar dijangkau dan sesuai dengan target pasar yang disasar.

- **Weakness (Kelemahan)**

- Perlu komitmen dan pemahaman yang kuat pemilik karena usaha ini menggabungkan dua usaha menjadi satu.
- Pola dan lingkungan kerja yang beda dari *café* pada umumnya sehingga dapat meningkatkan tekanan/beban kerja lebih.
- Biaya perawatan yang relatif besar untuk karya seni yang dipajang.
- Pemeliharaan karangan bunga di *façade* karena harus selalu diganti setiap kali bunga layu.
- Belum banyak kegiatan sejenis yang bisa digunakan sebagai bahan referensi utamanya dari sisi resiko pengelolaan usaha.

- **Opportunities (Peluang)**

- Banyaknya pecinta seni di Kota Bandung.
- Tumbuhnya minat dan apresiasi atas hasil karya seni di kalangan anak muda yang meningkatkan potensi kunjungan ke galeri seni.
- Pangsa pasar saat ini sudah terbentuk/sudah memiliki captive market.
- Memperluas target pasar kepada semua kalangan.
- Sinkronisasi layanan daring, *dine-in*, *take-out*, *on-line payment*.
- Membangun sistem administrasi usaha yang mampu memfasilitasi kegiatan usaha galeri seni dan *café*.

- **Threats (Hambatan)**

- Terdapat 5 galeri seni *café* di Kota Bandung yang sudah terkenal.
- Kompetisi merebut target pasar dengan 2 kompetitor yang berbeda:
 1. *Café* dan 2. Galeri seni.

- Kebijakan kenaikan UMK dari/atau pajak Pemerintah.
- Standar protokol kesehatan baru terkait dengan *New Normal*/Adaptasi Kebiasaan Baru
- Konsep dan strategi operational ditiru oleh pesaing yang memiliki modal dan jaringan yang lebih besar.

E. Spesifikasi Produk

Forget Me Not Gallery Art Café menawarkan hidangan atau produk yang menu-menu yang ada di *gallery cafe* ini terinspirasi dari makanan serta minuman di Amerika, yang dimana semuanya tersaji dengan menambahkan nilai seni di dalamnya. Semua hidangan di café ini, baik makanan maupun minuman memiliki ciri khas yakni terdapat *edible flowers*.

F. Jenis dan Badan Usaha

Jenis usaha yang penulis rencanakan ialah usaha kuliner yang mana Perusahaan Perseorangan adalah badan usaha yang penulis gunakan untuk perencanaan bisnis *gallery art café* ini. Pengertian dari perusahaan perorangan merupakan bentuk badan usaha yang hanya dimiliki oleh satu orang dan menanggung seluruh resiko secara pribadi. Sumber Agus Riyanto (2018:13)

Penulis memilih Perusahaan Perseorangan karena *gallery cafe* ini akan dikelola oleh penulis dan keluarga penulis, yang artinya tidak ada pihak lain yang mengurus atau mencampuri bisnis ini.

G. Aspek Legalitas

Legalitas suatu usaha ialah salah satu aspek terpenting untuk mendirikan sebuah usaha. Dengan adanya legalitas dapat diartikan bahwa usaha tersebut secara sah dapat beroperasi di Indonesia.

Dengan demikian penulis akan melakukan tahapan-tahapan dalam melengkapi legalitas usaha *Forget Me Not Gallery Art Café* sebagai berikut:

1. Izin usaha dari pemerintah yang berupa Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang diatur dalam Permenpar Nomor 10 tahun 2018. Berikut ialah dokumen wajib untuk mendapatkan TDUP:

- Kartu Identitas Pemilik Usaha
- Surat izin Gangguan

Surat Hinder Ordonnantie adalah untuk jaminan bahwa usaha *Forget Me Not Gallery Art Café* telah mendapatkan persetujuan gangguan dari tetangga, pemukiman atau masyarakat sekitar.

- Surat Keterangan Domisili (SKD)

Surat ini berisi verifikasi bahwa lokasi usaha *Forget Me Not Gallery Art Café* bebas dari sengketa.

- Surat Pernyataan

Berupa pernyataan bermaterai yang berisi bersedia mengikuti peraturan dan norma yang berlaku, tidak melanggar Undang- undang dan hukum, menyatakan semua dokumen asli, bersedia mengikuti aturan perpajakan, membayar retribusi daerah, menjamin ketentraman, dan lain-lain.

2. Setelah melengkapi dan mendapatkan TDUP, selanjutnya *Forget Me Not Gallery Art Café* harus mendapatkan Sertifikat Laik Sehat (SLS). Berikut ialah syarat wajib untuk mendapatkan SLS:

- Sertifikat pelatihan *hygiene* sanitasi

Diperlukan dua sertifikat pelatihan yaitu bagi penanggung jawab usaha

dan minimal satu orang untuk *chef/barista*.

3. Setelah memiliki TDUP dan SLS, maka *Forget Me Not Gallery Art Café* berhak mendapatkan Nomor Izin Berusaha (NIB) yang digunakan sebagai izin mendirikan usaha pariwisata.
4. Akta Pendirian Perusahaan
Merupakan langkah awal untuk mendirikan badan usaha. Dokumen ini berisi sejumlah informasi penting milik perusahaan maupun hak dan kewajiban seluruh pelaku usaha yang dibuat dan disahkan oleh notaris
5. SKDU (Surat Keterangan Domisili Usaha)
Ialah salah satu kelengkapan legalitas usaha yang dikeluarkan oleh kelurahan maupun kecamatan dimana usaha galeri seni *café* ini dibentuk.
6. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
Usaha ini akan terdaftar secara resmi pada sistem perpajakan di Indonesia jika sudah melengkapi dokumen administrasi perpajakan atau Nomor Pokok Wajib Pajak.
7. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan)
Dokumen ini wajib dimiliki oleh *Forget Me Not Gallery Art Café* karena usaha ini bergerak di bidang perdagangan maupun pelayanan yang mana dokumen ini akan digunakan sebagai tanda perizinan untuk melakukan kegiatan usaha.
8. Tanda Daftar Perusahaan
Adalah tanda bukti bahwa *Forget Me Not Gallery Art Café* telah melakukan kewajiban mendaftarkan diri dalam daftar perusahaan.