

**PERENCANAAN BISNIS PADA BIDANG
JASA DEKORASI**

ELÉONORE DESIGN

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Menyelesaikan

Program Diploma III

Program Studi Manajemen Divisi Kamar

Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Oleh:

ADIRA NUR OKTAVIANI

NOMOR INDUK : 201923417

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2022

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS PADA BIDANG
JASA DEKORASI *ELÉONORE DESIGN***

NAMA : ADIRA NUR OKTAVIANI
NIM : 201923417
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DIVISI KAMAR
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



Siti Yulia Irani Nugraha, SE., MM.Par.,CHM
NIP. 19780729 200502 2 001

Pembimbing II,



Nor Ismawanto Choirudin, SE., MM.
NIP. 19690826 200212 1 001

Bandung, 24 Juni 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.
NIP. 19730723 199503 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS PADA BIDANG
JASA DEKORASI *ELÉONORE DESIGN***

NAMA : ADIRA NUR OKTAVIANI
NIM : 201923417
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DIVISI KAMAR

Pembimbing Utama,



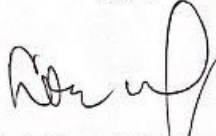
Siti Yulia Irani Nugraha, SE,MM.Par.,CHM
NIP. 19780729 200502 2 001

Pembimbing Pendamping,



Nor Ismawanto Choirudin, SE., MM.
NIP. 19690816 200212 1 001

Penguji I,



Lucky Karsuki, BA, MM.
NIP. 19610129 199303 1 001

Penguji II,



Syaful Muslim, S.Pd, M.Pd
NIP. 19721019 200502 1 001

Bandung, 05 September 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerja Sama

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
NIP. 19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Adira Nur Oktaviani
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 24 Oktober 2001
NIM : 201923417
Program Studi : Manajemen Divisi Kamar
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul : **PERENCANAAN BISNIS PADA BIDANG JASA DEKORASI *ELÉONORE DESIGN*** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,


ADIRA NUR OKTAVIANI
Nomor Induk : 201923417

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-nya atas berkat dan izin-nya. Penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini dengan judul **PERENCANAAN BISNIS PADA BIDANG JASA DEKORASI “*ELÉONORE DESIGN*”**. Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk menempuh Program Studi Diploma III Manajemen Divisi Kamar di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat dan benar. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. E.R. Ummi Kalsum, M.M.Par.,CHM.,CHRMP selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., CHE selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Eka Nuraisah Rosiana, SST.Par., MM.Par selaku Ketua Program Studi Manajemen Divisi Kamar Poloteknik Pariwisata NHI Bandung.

5. Ibu Siti Yulia Irani Nugraha, SE, MM.Par.,CHM selaku pembimbing I yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.
6. Bapak Nor Ismawanto Choirudin, SE.,MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir penulis.
7. Seluruh dosen prodi Manajemen Divisi Kamar Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang juga memberi masukan dan motivasi pada penulis.
8. Ibu Mira Ningsih dan Bapak Yudi Priadi selaku kedua orangtua saya yang selalu mendoakan dan memberi dukungan moral pada penulis.
9. Abah, Ema, dan seluruh keluarga besar penulis yang selama ini telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material, sehingga penulis tetap dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.
10. Teruntuk M. Rizky Herdiansyah dan Mami yang selalu mendukung, mengingatkan, memotivasi penulis agar bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
11. Audrey Johanna, Fedora Valentine S, Mikail Rizki K, M. Agung Bimo Mulyo, dan M. Yogi Adiputra P yang selalu ada dalam keadaan apapun sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir.
12. Seluruh anggota kelas Red Rangers yang selalu senantiasa mendukung dan memotivasi satu sama lain selama berkuliah di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

13. Seluruh mahasiswa MDK 2019 selaku teman seperjuangan penulis, yang sudah berjuang bersama hingga sejauh ini.
14. Sechan, Vanira, Farras selaku teman penulis yang menemani penulis.
15. Kepada seluruh kerabat penulis yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang juga terus memotivasi penulis dalam hal apapun.
16. Serta terimakasih sebanyak-banyaknya untuk diri saya sendiri, telah bertahan dalam menikmati proses panjang yang akan menjadi cerita di masa depan.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat kelak dengan segala kekurangan di dalamnya.

Bandung, 26 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	6
C. Visi dan Misi.....	10
D. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT).....	11
E. Spesifikasi Produk/Jasa.....	13
F. Jenis Badan Usaha	13
G. Aspek Legalitas.....	15
BAB II ASPEK PRODUK/JASA.....	17
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	17
B. Analisis Keunggulan Produk.....	28
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	29
D. Penyajian Kemasan Produk.....	31
E. Mekanisme Quality Check.....	31
BAB III RENCANA PEMASARAN	33
A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning).....	33
B. Validasi Produk – Market Fit.....	36
C. Kompetitor	38
D. Program Pemasaran.....	39
E. Media Pemasaran	41
F. Proyeksi Penjualan	42
BAB IV ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL.....	46
A. Identitas Owner/Founder.....	46
B. Struktur Organisasi.....	47
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	47
D. <i>Manning Budget</i> (Anggaran Tenaga Kerja).....	51
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	52

F. <i>Action Plan and Report</i>	52
BAB V ASPEK KEUANGAN	54
A. Metode Pemasaran	54
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment).....	55
C. Time Value of Money	59
D. Pendanaan Investasi	60
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	63
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	66
G. Pengaruh Makro Ekonomi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perkiraan Target Penjualan <i>Éleonore Design</i> tahun 2023	30
Tabel 3.1 Keuntungan Pertahun	43
Tabel 3.2 Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun	45
Tabel 4.1 <i>Job Description</i>	50
Tabel 4.2 Anggaran Tenaga Kerja	51
Tabel 4.3 Action Plan.....	53
Tabel 5.1 Tarif Penyusutan	56
Tabel 5.2 Tangible Investment.....	56
Tabel 5.3 Intangible Investment.....	57
Tabel 5.4 Working Capital	58
Tabel 5.5 Cash Flow <i>Eléonore Design</i>	58
Tabel 5.6 Pendanaan Investasi	62
Tabel 5.7 Fixed & Variable Cost	64
Tabel 5.8 Operating Budget	66
Tabel 5.9 Cash Flow Projection	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Statistik Pentingnya Dekorasi Pada Pesta	5
Gambar 1.2 Logo <i>Eléonore Design</i>	8
Gambar 1.3 Peta Lokasi <i>Sherlock Communal Space</i>	10
Gambar 2.1 Contoh Desain <i>Silver Package</i>	18
Gambar 2.3 Contoh Desain <i>Diamond Package</i>	20
Gambar 2.4 Contoh Desain Siraman.....	21
Gambar 2.5 Contoh Desain <i>Birthday Silver Package</i>	22
Gambar 2.6 Contoh Desain <i>Birthday Gold Package</i>	23
Gambar 2.7 Contoh Desain <i>Birthday Diamond Package</i>	24
Gambar 2.8 Contoh Desain <i>Table Decoration Set Up</i>	25
Gambar 2.9 Contoh Desain <i>Silver Package Room Decoration</i>	26
Gambar 2.10 Contoh Desain <i>Silver Package Room Decoration</i>	27
Gambar 3.1 Diagram Validasi Produk : Masalah Produk.....	37
Gambar 3.2 Diagram Validasi Produk : Ketertarikan Bisnis.....	37
Gambar 3.3 Instagram Yoouflo.decoration.....	39
Gambar 3.4 Instagram Sini Dekorin	39
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Eléonore Design</i>	47
Gambar 4.2 <i>Layout Kantor Eléonore Design</i>	52

EXECUTIVE SUMMARY

Pada awalnya ide bisnis ini muncul dari hobi dan pengalaman pribadi. Di era digital seperti sekarang ini banyak sekali orang di media sosial yang sangat mempedulikan isi konten mereka contohnya pada media sosial Instagram. Pada media sosial tersebut orang berlomba – lomba mengunggah foto terbaik mereka dari segala sisi dan dengan latar yang cantik. Dekorasi adalah suatu hal yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Seni dekorasi berbasis kreativitas yang mewujudkan kepribadian dalam tata letak dan bentuk dekorasi ini juga bisa menjadi bisnis yang menguntungkan.

Sekilas tentang bisnis ini, penulis menciptakan bisnis *Eléonore Design* yang memberikan pelayanan jasa desain, dekorasi, dan juga *planner* untuk berbagai acara seperti *surprise party, honeymoon, anniversary, baby shower, bridal shower, birthday, engagement*, akad nikah, siraman, dll. Dengan munculnya bisnis ini, memudahkan calon *customer* yang ingin mendekor acaranya sesuai dengan keinginannya agar terlihat lebih cantik dan menarik dengan kualitas yang bagus dan harga terjangkau.

Nama *Eléonore* sendiri diambil dari Bahasa Perancis yang berarti terang obor, berasal dari Bahasa Jerman yang berarti terang menyala dan cerah, serta berasal dari Bahasa Perancis juga yang berarti bersinar terang (**varian dari helen**).

DAFTAR PUSTAKA

- David, F.R. 2004. “Manajemen Strategis: Konsep. Edisi ketujuh”. PT. Prenhallindo, Jakarta
- Drath, R & Horch A. (2014) Industrie 4.0: Hit or hype?[industry forum]. IEEE industrial electronics magazine, 8(2), pp. 56-58.
- Fatmawati, E. (2016). Pergeseran Paradigma Perpustakaan Generasi Millennial. Jakarta : Artikel daring dari Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Heng, S. (2014). Industry 4.0: Upgrading of Germany’s Industrial Capabilities, on the Horizon. <https://ssrn.com/abstract=2656608>, Diakses pada 28 Maret 2022.
- Hermann M, Pentek T, & Otto B. 2015. ‘Design Principles for Industry 4.0 Scenarios’.
- Kanten, I.K., and Darma G.S (2017). Consumer Behaviour, Marketing Strategy, Customer Satisfaction, and Business Performance, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2): 143 – 165.
- Kartajaya, Hermawan. (2010). Brand Operation. Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013) Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lau, C., & Hui, S. (2010). *International Journal of Hospitality Management*, 766-268.
- Nafarin, M. 2009. Pengangguran Perusahaan. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Merkel, A. (2014). Speech by Federal Chancellor Angela Merkel to the OECD. https://www.bundesregierung.de/Content/EN/Reden/2014/2014-02-19-oecd-merkel-paris_en.html, Diakses pada 28 Maret 2022.
- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Bumi Aksara. 2010.
- Tapscott, D. (2008) Grown Up Digital: How The Net Generation is Changing Your World. New York: McGraw-Hill.
- Wood, S. (2013). Generation Z as Consumers: Trends and Innovation. Raleigh: North Carolina State University.