

**PERENCANAAN BISNIS MOCKTAIL HOUSE BERBAHAN TRADISIONAL
DI KOTA CIREBON**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh studi pada

Program Diploma III



Oleh:

IGNATIUS MARCELLINO WIBOWO

NIM : 201923675

PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2023

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : IGNATIUS MARCELLINO
Tempat/Tanggal Lahir : CIREBON 19 SEPTEMBER 2001
NIM : 201923675
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

PERENCANAAN BISNIS MOCKTAIL HOUSE BERBAHAN TRADISIONAL DI KOTA CIREBON 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, 30 Desember 2022



Ignatius Marcellino

LEMBAR PENGESAHAN

“PERENCANAAN BISNIS MOCKTAIL HOUSE DI KOTA CIREBON”

NAMA : Ignatius Marcellino
NIM : 201923675
PROGRAM STUDI : Tata Hidang

Pembimbing Utama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par.,CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Pembimbing Pendamping,



Drs. Moch. Agus Syadad Saefullah, MM.Par.
NIP. 19630830 199303 1 001

Penguji I,



Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP. 19721019 200502 1 001

Penguji II,



Ridwan Iskandar, SE, MM

Bandung, 13 Februari 2023

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 I. Goeltom, S.Sos., M.Sc.
NIP. 19710506 199803 1 001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala kebaikannya telah melimpahkan kasih, karunia, dan kehendak-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menuntaskan usulan ini dengan judul **“PERENCANAAN BISNIS MOCKTAIL HOUSE BERBAHAN TRADISIONAL DI KOTA CIREBON”**.

Penyusunan usulan yang penulis kerjakan adalah salah satu syarat utama yang harus dibuat, dan menentukan kelulusan dalam menyelesaikan studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung program studi Manajemen Tata Hidangan pada program Diploma III.

Pada proses pembuatan usulan Tugas Akhir butuh usaha yang keras dalam penyusunan usulan ini, dan penulis mengalami kesulitan dikarenakan adanya hambatan dan masalah dalam proses penyusunan usulan yang penulis buat. Namun penyusunan usulan ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, bantuan, solusi dan nasehat dari berbagai pihak seperti dosen, pembimbing, dan lainnya.

Pada penyusunan usulan ini, penulis tidak akan menyelesaikan tanpa dukungan orang-orang terdekat dan penulis tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, bantuan dan dukungan dalam penyusunan Tugas akhir ini kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHM., CHRMP. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M. Pd., CHE. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak M. Romi Okta Viano, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE. Selaku pembimbing utama yang telah memberi arahan dan dukungan dalam penyusunan Tugas Akhir.
6. Bapak Drs. Moch. Agus Syadad Saefullah, MM.Par. Selaku pembimbing pendamping yang telah memberikan waktu serta arahan dalam menyempurnakan penulisan Tugas Akhir.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Tata Hidang yang telah memberikan ilmu, pelajaran, dukungan, dan motivasi kepada Penulis selama masa perkuliahan sampai penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
8. Keluarga penulis yang telah memberikan motivasi dan selalu mendukung penulis dalam proses awal perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh teman-teman penulis dari kelas MTH 6A Manajemen Tata Hidangan 2019 atas dukungan, doa, dan kebaikannya selama proses kegiatan awal perkuliahan sampai akhir.

10. Seluruh kerabat penulis di Politeknik Pariwisata NHI Bandung maupun di luar kampus yang tidak dapat di sebutkan satu per satu yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam hal apapun.

Dalam penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari kekurangan pada penyusunan Tugas akhir ini. Akhir kata penulis meminta maaf atas kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, dan penulis mengharapkan saran ataupun kritik agar menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Bandung, 30 Desember 2022

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. GAMBARAN UMUM BISNIS	13
a. Deskripsi Bisnis	13
b. Deskripsi logo dan nama	13
c. Identitas Bisnis.....	16
C. VISI DAN MISI.....	17
D. SWOT <i>Analysis</i>.....	19
E. SPESIFIKASI PRODUK.....	22
F. JENIS/BADAN USAHA.....	25
G. ASPEK LEGALITAS.....	26
BAB II	28
ASPEK PRODUK/JASA	28
A. Daftar dan Deskripsi Produk dan Jasa	28
B. Analisa Keunggulan Produk	29
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	31
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	34
E. Mekanisme Quality Check	35
BAB III.....	38
RENCANA PEMASARAN	38
A. Riset Pasar	38
B. Validasi Produk (<i>Market Fit</i>)	42
C. Competitor	43
D. Program Pemasaran	45

E. Media Pemasaran.....	48
F. Proyeksi Penjualan.....	51
BAB IV	52
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	54
A. Identitas Owner	54
B. Struktur Organisasi	55
C. Job Analysis dan Job Description.....	56
D. Anggaran Tenaga Kerja	58
E. Service Scape	60
F. Action Plan & Report	61
BAB V.....	62
ASPEK KEUANGAN	62
A. Metode Pencatatan Akuntansi	62
B. Capital Expenditure.....	63
- Tangible Investment	63
- Intangible Investment	66
- Working Capital	67
C. Pendanaan Investasi.....	68
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang diharapkan	69
E. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	73

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1. 1 Logo Nuraga Mocktail House	15
Gambar 1. 2 Perencanaan Nuraga Mocktail House	17

BAB II

Gambar 2. 1 Menu Café Nuraga Mocktail House.....	29
--	----

BAB IV

Gambar 4. 1 Layout Café Nuraga Mocktail House.....	60
--	----

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1. 1 Jumlah Restoran atau Café Provinsi Jawa 2021	2
Tabel 1. 2 Data Jumlah Industri Food and Beverage di Kota Bandung	3
Tabel 1. 3 Jumlah Restoran , Rumah Makan dan Café/Bar Kota Cirebon 2021	4
Tabel 1. 4 Data Hasil Kuesioner Perencanaan Mocktail House.....	7
Tabel 1. 5 (LANJUTAN) Data Kuesioner Perencanaan Mocktail House.....	8
Tabel 1. 6 SWOT Analisis	21
Tabel 1. 7 Menu Makanan dan Minuman Nuraga Mocktail House	23
Tabel 1. 8 (LANJUTAN) Menu Makanan dan Minuman Nuraga Mocktail House .	24

BAB II

Tabel 2. 1 Kapasitas Sitting Café Nuraga Mocktail House.....	31
Tabel 2. 2 Rencana Produksi Minuman Café Nuraga Mocktail House	33
Tabel 2. 3 Rencana Produksi Makanan Café Mocktail House	33
Tabel 2. 4 Penggunaan Kemasan Café Nuraga Mocktail House.....	34
Tabel 2. 5 (LANJUTAN) Penggunaan Kemasan Café Nuraga Mocktail House	35
Tabel 2. 6 Mekanisme Quality Check Café Nuraga Mocktail House	36

BAB III

Tabel 3. 1 Daftar Pesaing Usaha Café Nuraga Mocktail House	44
Tabel 3. 2 Rencana Program Pemasaran Café Nuraga Mocktail House	47
Tabel 3. 3 Proyeksi Penjualan Minuman Nuraga Mocktail House dalam 1 Tahun ...	51
Tabel 3. 4 Proyeksi Makanan Nuraga Mocktail House dalam 1 Tahun.....	52

BAB IV

Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Nuraga Mocktail House	55
Tabel 4. 2 Anggaran Tenaga Kerja Nuraga Mocktail House	59
Tabel 4. 3 Layout Café Nuraga Mocktail House.....	60
Tabel 4. 4 Jadwal Kerja Café Nuraga Mocktail House	61

BAB V

Tabel 5. 1 Daftar Perlengkapan Café Nuraga Mocktail House	64
Tabel 5. 2 Daftar Peralatan Café Nuraga Mocktail House	64

Tabel 5. 3 Tarif Massa Penyusutan (Depresiasi).....	65
Tabel 5. 4 Dpresiasi Perlengkapan Café Nuraga Mocktail House	66
Tabel 5. 5 Intangible Invesment dan Amortization Nuraga Mocktail House	66
Tabel 5. 6 Working Capital Café Nuraga Mocktail House	67
Tabel 5. 7 Pendanaan Investasi Café Nuraga Mocktail House	69
Tabel 5. 8 Fixed Cost Café Nuraga Mocktail House	70
Tabel 5. 9 Variable Cost Café Nuraga Mocktail House.....	70
Tabel 5. 10 Mixed Cost Café Nuraga Mocktail House.....	71
Tabel 5. 11 CVP Café Nuraga Mocktail House	73
Tabel 5. 12 Income Statement Café Nuraga Mocktail House.....	74
Tabel 5. 13 Operating Cash Flow Café Nuraga Mocktail House.....	75

EXECUTIVE SUMMARY

Dalam membangun suatu usaha, nama usaha adalah salah satu aspek yang sangat penting dalam membangun sebuah usaha dan tentunya harus ditentukan dengan sebaik mungkin dengan arti atau makna yang menggambarkan usaha tersebut. Dengan perencanaan suatu usaha cafe di kota Cirebon yang dibuat oleh penulis, nama yang akan diberikan untuk perencanaan usaha ini adalah Café Nuraga Mocktail House. Nuraga yang memiliki arti simpati atau berbagi rasa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Mocktail House melambangkan bahwa Café Nuraga merupakan usaha dalam bidang food and beverages yang berfokus menjual minuman mocktail dengan banyak varian rasa. Selain nama suatu usaha atau bisnis, logo usaha juga merupakan salah satu aspek penting dalam proses membangun sebuah usaha karena logo merupakan suatu daya Tarik sendiri yang menggambarkan suatu usaha atau bisnis dengan produk atau jasa yang dijual. Berikut Di bawah ini merupakan logo dari café Nuraga Mocktail House:



Pada Logo tersebut, didominasi oleh warna coklat dengan nuansa nusantara. Pengambilan warna coklat yang mendominasi pada logo tersebut, karena warna coklat adalah warna bumi yang memberikan kesan nyaman, hangat dan aman.

Oleh karena itu, penulis membuat logo dengan dominasi warna coklat untuk melambangkan bahwa harapan penulis untuk perencanaan usaha yang dibuat dapat memberikan kenyamanan untuk pengunjung dan juga memberikan kehangatan dengan produk yang ditawarkan kepada pengunjung.

Pada Logo yang dibuat, menggunakan gambar gapura. Sebagaimana yang dikatakan oleh KBBI, Gapura memiliki makna pintu besar untuk masuk pekarangan rumah (jalan, taman, dan sebagainya) dan Gapura juga memiliki makna sebagai tanda atau pernyataan hormat (untuk menghormati tamu, peristiwa penting dan sebagainya). Oleh karena itu, penulis membuat logo menggunakan ikon gapura dengan corak batik dengan tambahan kiasan keberagaman seni nusantara Indonesia. Pada ikon gapura tersebut menggambarkan keberagaman seni dan budaya Indonesia yang diangkat kedalam konsep perencanaan usaha yang penulis buat.

Pada umumnya sebuah bisnis atau usaha memiliki bentuk fisik dari usaha tersebut selain produk yang akan dijual dan ditawarkan untuk konsumen, bentuk fisik tersebut adalah bangunan atau lokasi usaha. Café Nuraga Mocktail House memilih rumah sebagai jenis bangunan fisik yang akan digunakan untuk melakukan kegiatan usaha oprasional. Rumah yang berlokasi di Jl.Sukasari No.57, Sukapura, Kec. Kejaksan, Kota Cirebon, Jawa Barat 45122.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Online

- Badan Pusat Statistik. (2018), "Jumlah Rumah Makan, Restoran dan Cafe Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2018". Diakses pada 18 September 2022, <https://jabar.bps.go.id/dynamictable/2020/05/13/402/jumlah-rumah-makan-restoran-dan-cafe-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-2018.html>
- Bambang Wibowo. (2018), "PENERAPAN KONSEP HOMEY DALAM DESAIN INTERIOR BOOK CENTER DI SOLO", Diakses pada 24 September 2022, <https://docplayer.info/91530773-Penerapan-konsep-homey-dalam-desain-interior-book-center-di-solo.html>
- Bandung News. (2022), "Jumlah Restoran di Kota Bandung Bertambah Hingga 1.339 Tempat", Diakses pada 19 September 2022, <https://bandungnews.id/jumlah-restoran-di-kota-bandung-bertambah-hingga-1-339-tempat/>
- Boston, Ames. (2020), "Mocktail Adalah: Pengertian, Sejarah, Fungsi, Jenis dan Perbedaannya", Diakses pada 20 September 2022, <https://www.amesbostonhotel.com/pengertian-mocktail/>
- Data Kota Cirebon. (2021), "JUMLAH RESTORAN, RUMAH MAKAN, DAN CAFÉ/BAR KOTA CIREBON 2021", Diakses pada 20 September 2022, <https://data.cirebonkota.go.id/organisasi/skpd/235>
- Friadi (2022). "Apa itu competitor?", Diakses pada 3 Desember 2022, <https://info.populix.co/articles/kompetitor-adalah/>
- Gamal Thabroni. (2018), "Teori Warna: Proses Terjadinya Warna Menurut Para Ahli", Diakses pada 01 Oktober 2022, <https://serupa.id/teori-warna/>
- Hery (2016:270). "Pengeluaran modal (capital expenditure)", Diakses pada 10 Desember 2022, <https://www.google.com/search?q=pengertian+capital+expenditure+menurut+para+ahli&sxsrf=>
- HUKUM ONLINE.COM. (2021). PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 36 TAHUN 2021 TENTANG PENGUPAHAN. Retrieved from HUKUM ONLINE.COM: <https://learning.hukumonline.com/wp-content/uploads/2021/03/PeraturanPemerintah-Nomor-36-tahun-2021-tentang-Pengupahan.pdf>
- Indrakaralesa., (2007), Apa Arti Visi., Theme: DePo Masthead by Derek Powazek. Diakses 4 Oktober 2010. Blog at WordPress.com
- Intangible Assets; definisi dan karakteristiknya. (n.d.). Retrieved from jurnal-sdm.blogspot.com: <https://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/intangible-assets-definisi-dan.html>
- KBBI. (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Online. Diakses pada 26 September 2022, Dari <https://kbbi.web.id/gapura>
- KBBI. (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Online. Diakses pada 26 September 2022, Dari <https://kbbi.lektur.id/nuraga#:~:text=Menurut%20Kamus%20Besar%20Bahasa%20Indonesia,dari%20nuraga%20adalah%20berbagi%20rasa>
- Klimchuk dan Krasovec, (2006:33). "Pengertian Kemasan Produk Menurut Para Ahli", Diakses pada 24 November 2022,

<https://www.twinpackindonesia.com/blog/kemasan/pengertian/>
 Kotler dan Armstrong (2017), “Definisi produk adalah”, Diakses pada 16 November 2022,
<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/989/3/78160433%20-%20SAMUEL%20-%20bab%202>
 Muhammad Perkasa Al Hafiz. (2022), “Tren Coffee Mocktail Diprediksi Menggeser Kopi Susu”, Diakses pada 21 September 2022, <https://www.marketeers.com/tren-coffee-mocktail-diprediksi-menggeser-kopi-susu>
 Nafarin (2000:24).”ramalan penjualan merupakan”, Diakses pada 3 Desember 2023,
<http://eprints.polsri.ac.id/4191/3/BAB%20II.pdf>
 Nursalim, A. (2020, September 29). Gaji dan Upah, Sama Atau Beda? Retrieved from Akseleran: <https://www.akseleran.co.id/blog/gaji-dan-upah-samaatau-beda>
 Reza M. Syarif (2005).” Arti Konsisten Menurut Para Ahli”, Diakses pada 25 November 2022,
[https://www.maxmanroe.com/vid/umum/artikonsisten.html#:~:text=Arti%20Konsisten%20Menurut%20Para%20Ahli,Kita%20dapat%20lebih&text=Menurut%20Reza%20M.%20Syarif%20\(2005,bidang%20pertama%20benar%20Dbenar%20kuat](https://www.maxmanroe.com/vid/umum/artikonsisten.html#:~:text=Arti%20Konsisten%20Menurut%20Para%20Ahli,Kita%20dapat%20lebih&text=Menurut%20Reza%20M.%20Syarif%20(2005,bidang%20pertama%20benar%20Dbenar%20kuat)
<https://farmasi.ugm.ac.id/id/pentingnya-mengenal-kembali-jenis-obat-tradisional-pada-masa-pandemik-covid-19/>
<https://www.cirebonkota.go.id/pariwisata/restaurant-cafe/#:~:text=Sajian%20kuliner%20khas%20Kota%20Cirebon,sop%20ayam%2C%20dan%20mie%20koclok.>

B. Sumber Buku

A.W Marsum. 2005. Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi.
 David E. Carter (1986). Logo International 2. Volume 2. Art Direction Book Company.
 Heizer & Render, (2015). Manajemen Operasi: Manajemen. Keberlangsungan dan Rantai Pasokan. New Jersey: Pearson.
 Ivancevich, John M., et al., 2014. Organizational Behavior and Management. 10th Edition. New York: McGraw-Hill Educati
 Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
 Kotler Philip. 2012. Marketing Management. Edisi 14. Upper Saddle River, NJ Pearson Education Limited
 Malhotra. 2005. Riset Pemasaran. Jilid I. Edisi 4. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia
 Mulyadi. (2016). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
 Nur Januarita Benu. (2012), “Konsep Homey untuk Desain Interior Kafe”, Diakses pada 23 September 2022,
 Philip Kotler. 2016. Marketing Management. Edisi 15. London : Pearson Education 2016