

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEA'THERING
DI KABUPATEN SUBANG**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma III



Oleh :

MEDIANA PEBIANTI SUKMA

Nomor Induk Mahasiswa : 201923701

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI TATA HIDANG
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2023**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Mediana Pebianti Sukma
Tempat/Tanggal Lahir : Subang, 05 Februari 2000
NIM : 201923701
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **“Perencanaan Bisnis Kedai Tea’Thering Di Kabupaten Subang”** 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, 2 Januari 2023

Yang mer


Mediana
METERAI
TEMPEL
DDFAAKX320897189

201923701

LEMBAR PENGESAHAN

"PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEH (TEA'THERING) DI KABUPATEN SUBANG"

NAMA : MEDIANA PEBIANTI SUKMA
NIM : 201923701
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN

Pembimbing Utama,



NGM. Kerti Utami, BA.,MMPar.,CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Pembimbing Pendamping,



Ridwan Iskandar, SE.,MM

Bandung, 2 Januari 2023

Mengetahui,

Kebag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.

NIP. 19730723 199503 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR
PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEA THERING DI KABUPATEN SUBANG

NAMA : MEDIANA PEBIANTI SUKMA
NIM : 201923701
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,



NGM Kerti Utami, BA., MM.Par.,CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Pembimbing Pendamping,



Ridwan Iskandar, SE, MM

Penguji I,



Drs. Rachmat Muljawan, MM.Par.
NIP. 19620129 199203 1 001

Penguji II,



Marsianus Raga, MM. Par.
NIP. 19751024 200902 1 001

Bandung, 14 Februari 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

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



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program diploma III Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, dengan judul “PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEA’THERING DI KABUPATEN SUBANG” Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari semua pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan terimakasih 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., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti.
4. Bapak M. Romi Oktaviano, SE. selaku Kepala Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah bersedia memberikan masukan, dukungan, dan membimbing penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.

6. Bapak Ridwan Iskandar, SE., MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
7. Seluruh jajaran dosen Tata Hidang dan seluruh Staff Administrasi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan ilmu serta pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Bapak Asep Sunarli, Ibu Yani, Bapak Nana Supriatna, Maya Eva Yanti Utami, dan Andri Gunawan yang selalu memberikan doa, semangat serta dukungan baik secara moril dan materil dalam masa perkuliahan dan menyusun tugas akhir.
9. Teman-teman Tata Hidang 6B Blue Empire angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga tugas akhir ini selesai.
10. Teman-teman HIMA Tata Hidang periode 2022-2023 yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga tugas akhir ini selesai.

Penulis meyakini bahwa masih banyak kekurangan penyusunan Tugas Akhir ini, oleh karena itu, penulis sangat menerima baik kritik maupun saran dari pembaca. Penulis juga berharap agar penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi penulis sendiri maupun pembaca.

Bandung, 2 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	6
1. Deskripsi Bisnis.....	6
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	7
3. Identitas Bisnis	9
C. Visi dan Misi.....	10
1. Visi.....	10
2. Misi.....	10
D. SWOT Analisis	10
E. Spesifikasi Produk/Jasa	13
F. Jenis Badan Usaha.....	16
G. Aspek Legalitas	17
BAB II ASPEK PRODUK.....	19
A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	19
B. Analisa Keunggulan Produk	24
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	25
D. Penyajian dan Kemasan Produk.....	29
1. Penyajian Produk.....	29
2. Kemasan Produk.....	30
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	32
1. Cara Penyimpanan.....	33
2. Menu	34
3. Sistem Distribusi	35
4. Jadwal <i>Quality Check</i>	35
5. <i>Shelf Life Recording</i>	36
BAB III RENCANA PEMASARAN	37
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>).....	37
1. Segmentasi	37
2. Target	39
3. <i>Positioning</i>	39
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	40
C. Kompetitor	41
D. Program Pemasaran	42
E. Media Pemasaran	43
1. Media Sosial	44
2. Media Cetak	45
Sumber: Olahan Penulis, (2022).....	46
BAB IV ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL.....	47
A. Identitas <i>Owner</i>	47
B. Struktur Organisasi.....	48
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	49

1. <i>Job Analysis</i>	49
2. <i>Job Description</i>	50
D. <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	51
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	53
F. <i>Action Plan & Report</i>	56
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	58
A. Metode Pencatatan Keuangan.....	58
1. <i>Accrual Basis</i>	58
B. <i>Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)</i>	58
1. <i>Tangible Investment</i>	59
2. <i>Intangible Investment (Amortization)</i>	62
3. <i>Intangible Investment</i>	64
4. <i>Working Capital (Terminal Cash Flows)</i>	65
C. Pendanaan Investasi (<i>Agency Report</i>)	66
1. Modal Sendiri (<i>Owner's Equity</i>)	66
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Ditawarkan	67
1. <i>Variable Cost</i>	67
2. <i>Fixed Cost</i>	67
3. <i>Mixed Cost</i>	68
4. <i>Break Even Point (BEP)</i>	68
5. <i>Cost Volume Profit</i>	69
1. <i>Operating Budget</i>	69
2. <i>Cash Flow Projection</i>	72
LAMPIRAN	75
BIODATA PENULIS.....	75

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 LOGO KEDAI TEATHERING.....	7
GAMBAR 1.2 DENAH LOKASI	9
GAMBAR 1.3 TEMPAT USAHA KEDAI TEATHERING.....	9
GAMBAR 2.1 MENU BOARD KEDAI TEA“THERING	23
GAMBAR 2.2 KEMASAN - <i>DINE IN</i>	31
GAMBAR 2.3 <i>STROW - DINE IN</i>	31
GAMBAR 2.4 KEMASAN <i>TAKE AWAY</i>	32
GAMBAR 3.1 UNGGAHAN PROMOSI INSTAGRAM.....	44
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI KEDAI TEA“THERING.....	49
GAMBAR 4.2 <i>FLOOR PLAN</i> KEDAI TEA“THERING	53
GAMBAR 4.3 <i>LAYOUT</i> KEDAI TEA“THERING TAMPAK ATAS	54
GAMBAR 4.4 <i>LAYOUT</i> KEDAI TEA“THERING TAMPAK DEPAN	55
GAMBAR 4.5 <i>LAYOUT</i> KEDAI TEA“THERING TAMPAK SAMPING	56

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 SURVEY LINGKUNGAN MELALUI KUISIONER	3
TABEL 1.2 JUMLAH USAHA PESAING DI KABUPATEN SUBANG	5
TABEL 1.3 MATRIKS SWOT ANALYSIS	12
TABEL 1.4 SPESIFIKASI PRODUK MINUMAN	13
TABEL 1.5 SPESIFIKASI PRODUK MAKANAN	14
TABEL 1.6 SPESIFIKASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN TAKE AWAY	15
TABEL 2.1 DESKRIPSI PRODUK DAN KETERANGAN BAHAN MINUMAN	19
TABEL 2.2 DESKRIPSI PRODUK DAN KETERANGAN BAHAN MAKANAN	20
TABEL 2.3 <i>BEVERAGE COST</i>	20
TABEL 2.4 <i>FOOD COST</i>	22
TABEL 2.5 ASPEK KEBUTUHAN PRODUKSI	26
TABEL 2.6 <i>WEEKLY WORKING SCHEDULE</i>	27
TABEL 2.7 <i>HOURS' DETAIL</i>	28
TABEL 2.8 PENYIMPANAN BAHAN BAKU PRODUKSI.....	33
TABEL 2.9 <i>QUALITY CHECKING SCHEDULE</i>	36
TABEL 3.1 PESAING KEDAI TEA“THERING	41
TABEL 3.2 PROGRAM PEMASARAN KEDAI TEA“THERING	43
TABEL 3.3 PROYEKSI PENJUALAN TAHUN 1	46
TABEL 3. 4 PROYEKSI PENJUALAN DALAM 5 TAHUN	46
TABEL 4.1 BIODATA <i>OWNER/FOUNDER</i>	48
TABEL 4.2 <i>JOB DESCRIPTION</i> KEDAI TEA,,THERING	50
TABEL 4.3 ANGGARAN TENAGA KERJA KEDAI TEA“THERING	52
TABEL 4.4 <i>DESCRIPTION ACTION PLAN</i>	57
TABEL 5.1 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> TEA“THERING.....	60
TABEL 5.3 <i>DEPRESIASI TANGIBLE</i> KEDAI TEA“THERING	63
TABEL 5.4 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> KEDAI TEA“THERING	65
TABEL 5.5 <i>WORKING CAPITAL</i> KEDAI TEA“THERING	66
TABEL 5.6 <i>INVESTMENT STRUCTURE</i>	67
TABEL 5.8 <i>VARIABLE COST</i>	67
TABEL 5.9 <i>FIXED COST</i>	68
TABEL 5.10 <i>MIXED COST</i>	68
TABEL 5.11 <i>PROJECT INCOME STATEMENT</i>	71
TABEL 5.12 <i>PROJECTED CASH FLOW</i> KEDAI TEA“THERING	72

EXECUTIVE SUMMARY

Dalam membangun usaha, nama usaha merupakan suatu hal yang pasti ada dan ditentukan dengan sebaik mungkin, termasuk dalam Perencanaan Kedai Teh di Kabupaten Subang ini. Penulis memberi nama “Kedai Tea`Thering “ yang merupakan singkatan dari *Tea-Gathering* dan memiliki makna mengumpulkan atau menampung orang-orang yang ingin menikmati teh, maka dari itu penulis memilih nama tersebut dengan penuh harapan bisa menjadikan kedai teh ini menjadi salah satu kedai yang dapat menampung banyak orang untuk singgah dan menikmati teh di kedai Tea`Thering.

Tidak hanya nama usaha, logo usaha juga merupakan salah satu hal utama yang dibentuk untuk memulai usaha yang nantinya akan menjadi daya tarik tersendiri yang biasanya menjadi gambaran untuk usaha tersebut. Logo yang terbentuk untuk Kedai Tea`Thering adalah sebagai berikut :



Dalam Perencanaan Bisnis Kedai Tea`Thering di Kabupaten Subang berlokasi di Kp. Nagrog RT.32 RW.07 Desa Palasari, Kec. Ciater, Kab. Subang, Jawa Barat 41281.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya. (2020). *Visi dan Misi Perusahaan*. Jakarta: CV.Antar Bangsa.
- Alwi, S. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategi Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Amilin, L. &. (2015). Cash Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on. *Cash Ratio, Debt to Equity Ratio, Return on. Vol 2, No 1, 55-64*.
- Anthony, R. N. (2003). *Sistem pengendalian manajemen*. Jakarta: Jakarta: Salemba Empat.
- Antonio, S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Booms, B. &. (1981). *Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms. Marketing of Service*. Chicago: American Marketing Association.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Hasibuan, S. M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. BumiAksara.
- Hery. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Jakarta: Grasindo, 2018.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Keller, P. K. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Kirana, R. (2008). Pengaruh Pemberian Teh Hijau (*Cammelia sinensis*) Terhadap Kerusakan Struktur Histologis Alveolus Paru Mencit yang Dipapa Asap Rokok. *Cermin Dunia Kedokteran*, 55-54.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga.
- Laudon, K. C. (1998). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Andi Publisher.
- M., A. S. (1990). *Teori Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Munawir, S. (2011). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi II*. Yogyakarta: Liberty.
- Orazem, J. P. (1984). *Production Economics: Theory with Applications*. New York: Wiley.
- Pardede, P. M. (2003). *Manajemen Operasi dan Produksi*. Yogyakarta: DFE UGM.
- Philip, G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Steade, R. D., Lowry, J. R., & Glos, R. E. (2011). *Business : its nature and environment an introduction*. Ohio: South-Western Publishing.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syamsudin, L. (2013). *Majemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Rajawalil Pers.
- Umar, D. H. (2014). *Metode Penelitian Penulisan Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Depok: Rajagrafindo Persa.
- Abuzar. (2018). *Repository UIN SUSKA*. From Repository UIN SUSKA: https://repository.uin-suska.ac.id/14325/7/7.%20BAB%20II__2018671MEN.pdf (diakses 5 november 2022 pukul 20.00 WIB)
- Arifin, I. V. (2015). *Pengaruh Citra Merek Brand, Image dan Harga*. From Media.neliti.com: <https://media.neliti.com/media/publications/189641-ID-pengaruh-citra-merek-brand-image-dan-har.pdf> (diakses 2 november 2022 pukul 19.00 WIB)
- CNN, T. (2020, Desember 15). *Sejarah Teh hingga Jadi Minuman Terpopuler di Dunia*. From CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20201214203814-262-582079/sejarah-teh-hingga-jadi-minuman-terpopuler-di-dunia#:~:text=Catatan%20sejarah%20menyebut%2C%20teh%20pertama,untuk%20beristirahat%20di%20bawah%20pohon> (diakses 2 agustus 2022 pukul 19.00 WIB)