

**PERENCANAAN USAHA *ECO FRIENDLY BROWNIES &
COFFEE SHOP* DI KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

RESTY AHADYANTI

Nomor Induk : 201722285

PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN

JURUSAN HOSPITALITI

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN USAHA *ECO FRIENDLY BROWNIES & COFFEE SHOP*
DI KOTA BANDUNG

NAMA : RESTY AHADYANTI
NIM : 201722285
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
JURUSAN : HOSPITALITI

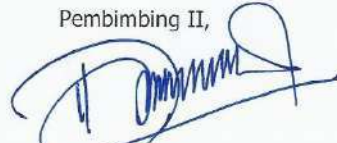
Pembimbing I,



Dhonny Yusuf Amier, S.Sos., MM.Par.

NIP. 19610226 199603 1 001

Pembimbing II,



Riadi Darwis, Dr., M.Pd

NIP. 19960124 1992303 1 001

Bandung, Februari 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

Faisal, MM.Par.,CHE

NIP. 19730706 199503 1 001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Resty Ahadyanti
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/19 September 1999
NIM : 201722285
Program Studi : Manajemen Tata Hidangan
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
Perencanaan Usaha Eco Friendly Brownies & Coffee Shop di Kota Bandung
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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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/Skripsi 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



RESTY AHADYANTI
NIM 201722285

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas selesainya tugas akhir yang penulis beri judul *Perencanaan Usaha Eco Friendly Brownies & Coffee Shop di Kota Bandung*. Tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Diploma III Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penulis juga ingin memberikan ucapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membimbing, memberi bantuan, masukan serta dorongan baik secara material maupun moral sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.sos., M.sc. selaku Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
3. Bapak Edison Sitompul, S.sos., MM. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung;
5. Bapak Dhonny Yusuf Amier, S.Sos., MM.Par selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran dan masukannya kepada penulis;

6. Bapak Riadi Darwis, Dr., M.Pd selaku pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran dan masukannya kepada penulis;
7. seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, khususnya di Program Studi Manajemen Tata Hidangan;
8. kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan melalui nasihat, doa serta kasih sayang sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini;
9. seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Tata Hidangan angkatan 2017 Sekolah tinggi Pariwisata Bandung khususnya 6B atas bantuan dan dukungan yang diberikan dan;
10. seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan tugas akhir ini.

Besar harapan penulis, karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat pembaca akademis, maupun pribadi penulis untuk terwujudnya usaha di masa mendatang. Demi kesempurnaannya, kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis terima dengan rendah hati dan keterbukaan

Bandung, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
EXECUTIVE SUMMARY	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Usaha	10
C. Visi dan Misi	15
D. SWOT Analysis.....	16
E. Spesifikasi Produk/Jasa.....	17
F. Jenis Badan Usaha dan Struktur Manajemen	18
G. Aspek Legalitas	21
BAB II ASPEK PRODUK	22
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	22
B. Analisis Keunggulan Produk/Jasa	24
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	26
D. Penyajian dan Kemasan Produk	31
E. Mekanisme Quality Check.....	36
BAB III RENCANA PEMASARA	39
A. Riset Pasar.....	39
1. Segmentasi Demografis.....	39
2. Segmentasi Geografis.....	39
3. Segmentasi Psikografis.....	40
4. Segmentasi Perilaku	41
B. Validasi Produk	41
C. Kompetitor	46
D. Program Pemasaran	49
E. Media Pemasaran	51
F. Proyeksi Penjualan	56
BAB IV ASPEK SDM & OPERASIONAL.....	58
A. Identitas Owners/Founders	58
B. Struktur Organisasi	59

C.	Job Analysis dan Job Description.....	61
D.	<i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja	64
E.	Service Scape (Layout/Flow).....	65
F.	Action Plan.....	69
BAB V ASPEK KEUANGAN		71
A.	Metode Pencatatan Akuntansi	71
B.	Capital Expenditure	72
C.	Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)	77
D.	Pendanaan Investasi (<i>Agency Theory</i>)	80
E.	Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....	81
F.	Identifikasi Cash Inflow & Outflow	85
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN-LAMPIRAN		91

DAFTAR TABEL

TABEL		Halaman
1	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat	2
2	Jumlah <i>Coffee Shop</i> di Kota Bandung pada Tahun 2016-2018	3
3	Pesaing <i>BrowFee Shop</i>	9
4	Produk <i>Brownies BrowFee Shop</i>	22
5	Jenis Produk Minuman <i>BrowFee Shop</i>	23
6	<i>Food Costing</i>	26
7	Beverage Cost	28
8	Daftar Sekolah/Universitas di Kawasan Dago	40
9	Skor Penilaian	42
10	Hasil Penilaian <i>BrowFee Shop</i>	42
11	Hasil Penilaian Responden	44
12	Hasil Penilaian <i>Brownies Amanda</i>	45
13	Hasil Penilaian Responden	45
14	Kompetitor <i>BrowFee Shop</i>	47
15	Menu dan Harga Pesaing	48
16	Program dan Biaya Pemasaran <i>BrowFee Shop</i>	50
17	Proyeksi Penjualan Selama 1 Tahun	56
18	Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun	57
19	Biodata <i>Owner</i>	58
20	Rincian Jumlah Karyawan	60
21	<i>Job Description</i> Karyawan <i>BrowFee Shop</i>	62
22	<i>Manning Budget</i>	64
23	<i>BrowFee Shop's Action Plan</i>	69
24	<i>Tangible Investment BrowFee Shop</i>	72
25	Daftar Depresiasi <i>Tangible Investment</i>	74
26	Depresiasi <i>Tangible Investment BrowFee Shop</i>	74
27	<i>Intangible Investment BrowFee Shop</i>	75
28	Masa Manfaat dan Tarif Amortisasi	76
29	Amortisasi <i>Intangible Investment BrowFee Shop</i>	76
30	<i>Working Capital BrowFee Shop</i>	77
31	<i>Investment BrowFee Shop</i>	77
32	<i>Present Value</i>	78
33	<i>Future Value</i>	79
34	Rincian <i>Investment BrowFee Shop</i>	80
35	<i>Loan Installment BrowFee Shop</i>	81
36	<i>Variable Cost</i>	82
37	<i>Fixed Cost</i>	83
38	<i>Mixed Cost</i>	83
39	<i>Pay Back Period BrowFee Shop</i>	84

40	<i>Income Statement BrowFee Shop</i>	85
41	<i>Cash Flow Projection</i>	86

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		Halaman
1	Logo <i>BrowFee Shop</i>	13
2	Lokasi Perencanaan <i>Brownies & Coffee Shop</i>	15
3	Perencanaan Struktur Organisasi	20
4	Menu <i>BrowFee Shop</i>	24
5	<i>Premium Fudgy Brownies</i>	25
6	Piring	32
7	<i>Cutleries</i>	32
8	Gelas Minuman Dingin	33
9	Gelas/ <i>Cup</i> Minuman Panas	33
10	<i>Tea Pot</i>	34
11	<i>Straw</i>	34
12	Kemasan <i>Takeaway Brownies</i>	35
13	<i>Takeaway Cup (Hot Beverages)</i>	35
14	<i>Takeaway Glass (Cold Beverages)</i>	36
15	<i>Bag Packaging</i>	36
16	Tahapan <i>Quality Check</i>	37
17	<i>Flyer Soft Opening BrowFee Shop</i>	52
18	Pamflet Promo Bulan September	53
19	<i>Flyer Soft Opening di Instagram</i>	54
20	Tips Mengurangi Sampah Plastik	55
21	Struktur Organisasi <i>BrowFee Shop</i>	59
22	Tampak Depan	65
23	<i>BAR Counter & Dine In Area</i>	66
24	Contoh Area Dapur	67
25	Tampak Atas	68
26	<i>Lay Out BrowFee Shop</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN		Halaman
1	Uji Organoleptik Produk <i>BrowFee Shop</i>	91
2	Uji Organoleptik Produk Brownies Amanda	93
3	Responden.....	95

EXECUTIVE SUMMARY



Dalam perencanaan usaha yang telah dibuat penulis pada tugas akhir ini merupakan bisnis usaha *eco friendly brownies & coffee shop* yang diberi nama *BrowFee Shop* dan mempunyai slogan “*Better Brownies. Better Coffee. Better Planet.*” dengan arti bahwa *BrowFee Shop* menawarkan *brownies, coffee* serta memberikan konsep terbaik demi menjaga keselamatan dan kesejahteraan bumi ini. *BrowFee* berlokasi di Jalan Coblong Dago No.165, Kota Bandung, Jawa Barat.

BrowFee Shop ini adalah sebuah *coffee shop* yang memiliki konsep ramah lingkungan atau lebih dikenal dengan *eco friendly*, yaitu dengan menggunakan segala peralatan hingga bahan pengemasan yang terbuat dari bahan yang di daur ulang dan ramah lingkungan. Selain itu, keistimewaan lainnya adalah aspek utama penjualan terdapat pada *brownies* karena menggunakan resep keluarga yang sudah digunakan sejak lama untuk berjualan. Harga yang diberikan oleh *browfee shop* yaitu mulai dari Rp. 8.000 – 35.000,- untuk menu *brownies* dan minuman.

Proyeksi penjualan *browfee shop* setiap harinya berjumlah 100 tamu setiap harinya, dengan rata rata pengeluaran per-tamu adalah Rp. 31.500,- dan setiap

tahap jumlahnya akan bertambah sebanyak 10%. Berdasarkan proyeksi penjualan *browfee shop* maka *revenue* yang didapatkan berjumlah Rp. 6.902.595.000,- selama 5 tahun. Jumlah dari *revenue* tersebut akan berpengaruh terhadap jangka waktu titik impas (BEP) dan pelunasan bank dengan jumlah bunga sebesar 6% maka akan membutuhkan waktu selama 3 tahun 7 bulan untuk berada pada titik impas (BEP) tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- 3, D. P. (2020, April 09). *Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli*. Retrieved from dosenpendidikan: <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Admin. (2020, April 17). *Pengertian Cafe Menurut Ahli Meliputi Sistem Penyajian Kafe Secara Lengkap*. Retrieved from ilmuperhotelan: <https://www.ilmuperhotelan.my.id/2020/04/pengertian-cafe-menurut-ahli-meliputi.html>
- Afuah, A. (2004). *Business Models: A Strategic Management Approach*. New York: McGraw-Hill.
- Ahmad, S. (2007). *Studi Kelayakan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bandung, D. K. (2018, April 23). *Jenis Cafe di Kota Bandung*. Retrieved from disbudpar: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>
- Bandung, D. P. (2018, April 25). *Jumlah Coffee Shop di Kota Bandung*. Retrieved from disbudpar: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>
- Bandung, D. P. (2018, April 23). *Ushaa Kuliner Tahun 2016-2018*. Retrieved from disbudpar: <https://www.disbudpar.bandung.go.id/>
- Barat, B. P. (2018, Maret 23). *Statistik Kunjungan Wisatawan*. Retrieved from jabar.bps: <https://jabar.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab3>
- Candraningtyas, P. (2018). *Statistik Penyedia Mkanana dan Minuman*. Jakarta: BPS RI.
- Chen, J. (2020, November 17). *Profitability Index*. Retrieved from investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/p/profitability.asp>
- Chen, Y. S., & Chang, C. (2012). Enhance Green Purchase Intentions: The Roles of Green Perceived Value, Green Perceived Risk, and Green Trust. *Management Decision*, 502-520.
- Chen, Y., & Chang, S. H. (2013). Greenwash and Green Trust: The Meditation Effects of Green Consumer Confusion and Green Perceived Risk. *Journal of Business Ethics*, 489-500.
- Dehghanan, H., & Bakhshandeh. (2014). The Impact of Green Perceived Value & Green Perceived Risk on Green Purchase Behavior. *International Journal of Management and Humanity Sciences*, 1349-1357.
- Don, R. H., & Mowen, M. M. (1994). *Management Accounting*. Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat*, 190.
- Indonesia.go.id. (2020, October 29). *Sertifikasi Halal Gratis*. Retrieved from indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/sertifikasi-halal-gratis-bagi-ukm>
- Inkiriwang, M. A. (2017, Maret 16). *Masyarakat Indonesia Cenderung Suka Konsumsi Minuman Manis*. Retrieved from Okelifestyle: <https://lifestyle.okezone.com/read/2017/03/16/481/1644733/duh-masyarakat-indonesia-masih-cenderung-suka-konsumsi-minuman-manis>
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, & Armstrong. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kurniawan. (2020, Oktober 13). *Pengertian Merek Menurut Ahli : Apa Itu Merek?* Retrieved from projasaweb: <https://projasaweb.com/pengertian-merek/>
- Kurniawan, A. (2020, Agustus 19). *Badan Usaha*. Retrieved from gurupendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/bentuk-bentuk-badan-usaha/>
- Muhaemin, A. (2018, November 15). *1.500 Ton Sampah Diproduksi Warga Bandung Setiap Hari*. Retrieved from pikiran-rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raja/pr-01303483/1500-ton-sampah-diproduksi-warga-bandung-setiap-hari-433271>
- Nafarin. (2000). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nip-Nip, O. (2009, September 23). *Kelebihan dan Kelemahan Perusahaan Perseorangan*. Retrieved from dokterbisnis: <https://www.dokterbisnis.net/2009/09/23/kelebihan-dan-kelemahan-jenis-usaha-perseorangan/>
- Pabelan. (2019, Desember 17). *Burjo, Coffee Shop, dan Budaya Nongkrong Mahasiswa*. Retrieved from pabelan-online: <http://pabelan-online.com/2019/12/17/burjo-coffee-shop-dan-budaya-nongkrong-mahasiswa/>
- Questibrilia, B. (2020, April 22). *Apa itu Perusahaan Perseorangan ?* Retrieved from jojonomic: <https://www.jojonomic.com/blog/perusahaan-perseorangan/>
- Riadi, M. (2020, Agustus 29). *Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi)*. Retrieved from www.kajianpustaka.com: [https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html#:~:text=Kapasitas%20produksi%20menentukan%20berapa%20jumlah,menggunakan%20fasilitas%20produksi%20yang%20ada.&text=Tujuan%20dari%20perencanaan%20kapasitas%2C%20luas,aliran%20yang%20sesuai%20dan%](https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html#:~:text=Kapasitas%20produksi%20menentukan%20berapa%20jumlah,menggunakan%20fasilitas%20produksi%20yang%20ada.&text=Tujuan%20dari%20perencanaan%20kapasitas%2C%20luas,aliran%20yang%20sesuai%20dan%20)
- Rita, S. M. (2017, May 20). *GREEN MARKETING*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2017/05/20/green-marketing/>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2007). *Manajemen*. Jakarta: PT Indeks.
- Rosenfield, D. W. (2019, November 21). *Struktur Organisasi Manajemen*. Retrieved from kotakpintar: <https://kotakpintar.com/struktur-organisasi-manajemen/>
- Saban Echdar, M. (2019). *Business Ethics and Entrepreneurship*. Jakarta: Deepublish.
- SLN. (2019, November 19). *Mau Buat Coffee Shop? Ini Yang Harus Dipersiapkan*. Retrieved from smartlegal: <https://smartlegal.id/smartgraph/2019/11/19/mau-buat-coffee-shop-ini-yang-harus-dipersiapkan/>
- Soenarno, A. (2003). *Kamus Istilah Pariwisata & Perhotelan*. Bandung: Angkasa.
- Sumarni, M., & Suprianto, J. (2003). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Liberty.
- Suprianto, M. S. (2008, Juli 13). *Perusahaan dan Firma*. Retrieved from pakdesmart75: <https://pakdesmart75.wordpress.com/2008/07/13/perusahaan-perseorangan-dan-firma-fa/>
- Thamrin. (2018). *Konsep Dasar Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi*. Jakarta: LP3ES.
- Tommy. (2019, November 21). *Struktur Organisasi Manajemen*. Retrieved from

kotakpintar: <https://kotakpintar.com/struktur-organisasi-manajemen/>
Wikipedia. (2019, November 24). *Milenial*. Retrieved from wikipedia.org:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial#Referensi>