

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEH ARTEMIS
DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

ANTONIUS ARY SUJATMIKO

Nomor Induk Mahasiswa : 2020407060

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

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEH ARTEMIS DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG

NAMA : ANTONIUS ARY SUJATMIKO
NIM : 2020407060
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,

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

Pembimbing Pendamping,

Dodi Affandi, SS., MM.Par
NIP. 19781015 200502 1 001

Penguji I,

Deden Rudy Mustafa, S.Sos., MM.
NIP. 19690718 199103 1 009

Penguji II,

Hanna Daniati S.I.Kom., MM.Par
NIP. 19810317 200605 2 001

Bandung, Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Antonius Ary Sujatmiko
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 5 Januari 1995
NIM : 2020407060
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul : **“Perencanaan Bisnis Kedai Teh Artemis di Muararajeun 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 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, 1 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Antonius Ary Sujatmiko
2020407060

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 Tata Hidang di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, dengan judul “PERENCANAAN BISNIS KEDAI TEH ARTEMIS DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG”. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari semua pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,M.Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., MM.Par., CHE., selaku Ketua Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE., selaku dosen pembimbing utama penulis yang telah bersedia memberikan masukan, dukungan, dan membimbing penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Bapak Dodi Affandi, SS., MM.Par., selaku dosen pembimbing pendamping penulis yang telah bersedia memberikan masukan, dukungan, dan membimbing

penulis dalam menyusun tugas akhir ini.

7. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Program Studi Tata Hidang dan seluruh Staff Administrasi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan ilmu serta pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan.
8. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis, sehingga tugas akhir ini selesai.
9. Teman-teman Tata Hidang Unicorn angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga tugas akhir ini selesai.
10. Teman-teman HIMA Tata Hidang *The Mumbless* periode 2022-2023 yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga tugas akhir ini selesai.

Penulis menyadari 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.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	7
1. Deskripsi Bisnis	7
2. Deskripsi Logo dan Nama	9
3. Identitas Bisnis	10
C. Visi dan Misi.....	11
D. <i>SWOT Analysis</i>	12
E. Spesifikasi Produk	13
F. Jenis Badan Usaha.....	15
G. Aspek Legalitas	17
BAB II ASPEK PRODUK.....	19
A. Daftar dan Deskripsi Produk	19
B. Analisa Keunggulan Produk	21
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	22
D. Penyajian dan Kemasan Produk	24
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	27
BAB III RENCANA PEMASARAN	32
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>).....	32
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	36
C. Kompetitor	37
E. Media Pemasaran	42
F. Proyeksi Penjualan	44
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	46
A. Identitas <i>Owner</i>	46
B. Struktur Organisasi	47
C. Job Analysis dan Job Description.....	48

D.	<i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja	50
E.	Service Scape (Layout/Flow)	52
F.	Action Plan & Report	53
BAB V ASPEK KEUANGAN		56
A.	Metode Pencatatan Akuntansi	56
B.	Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)	56
C.	Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>)	59
D.	Penentuan Titik Impas dan Laba Yang Diharapkan	60
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kedai Teh Artemis.....	10
Gambar 2 Lokasi Perencanaan.....	11
Gambar 3 KEMASAN PRODUK <i>TAKE AWAY</i>	26
Gambar 4 KEMASAN PRODUK <i>DINE IN</i>	27
Gambar 5 INSTAGRAM KEDAI TEH ARTEMIS	43
Gambar 6 BROSUR KEDAI TEH ARTEMIS	44
Gambar 7 DATA KONSUMSI TEH DI INDONESIA	45
Gambar 8 STRUKTUR ORGANISASI KEDAI TEH ARTEMIS.....	47
Gambar 9 LAYOUT KEDAI TEH ARTEMIS.....	52
Gambar 10 LAYOUT TAMPAK DEPAN KEDAI TEH ARTEMIS	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 DATA USAHA MINUMAN.....	6
Tabel 2 MATRIKS SWOT ANALYSIS	13
Tabel 3 SPESIFIKASI PRODUK.....	14
Tabel 4 LANJUTAN SPESIFIKASI PRODUK.....	15
Tabel 5 DESKRIPSI PRODUK DAN KETERANGAN BAHAN MINUMAN.	20
Tabel 6 ASPEK PERALATAN PRODUKSI	22
Tabel 7 LANJUTAN ASPEK PERALATAN PRODUKSI	23
Tabel 8 <i>WORKING SCHEDULE</i> UNTUK BAGIAN PRODUKSI	24
Tabel 9 <i>QUALITY CHECKING SCHEDULE</i>	29
Tabel 10 TANGGAPAN MASYARAKAT TERHADAP USAHA KEDAI TEH DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG	36
Tabel 11 LANJUTAN TANGGAPAN MASYARAKAT TERHADAP USAHA KEDAI TEH DI MUARARAJEUN KOTA BANDUNG	37
Tabel 12 PESAING KEDAI TEH ARTEMIS	38
Tabel 13 LANJUTAN PESAING KEDAI TEH ARTEMIS	39
Tabel 14 PROGRAM PEMASARAN KEDAI TEH ARTEMIS	40
Tabel 15 LANJUTAN PROGRAM PEMASARAN KEDAI TEH ARTEMIS ..	41
Tabel 16 LANJUTAN PROGRAM PEMASARAN KEDAI TEH ARTEMIS ..	42
Tabel 17 DATA KONSUMSI TEH DI INDONESIA.....	45
Tabel 18 PROYEKSI PENJUALAN KEDAI TEH ARTEMIS	46
Tabel 19 DATA DIRI <i>OWNER</i>	46
Tabel 20 <i>JOB DESCRIPTION</i> KEDAI TEH ARTEMIS	49
Tabel 21 ANGGARAN TENAGA KERJA KEDAI TEH ARTEMIS	52
Tabel 22 <i>ACTION PLAN</i> KEDAI TEH ARTEMIS	54
Tabel 23 LANJUTAN <i>ACTION PLAN</i> KEDAI TEH ARTEMIS	55
Tabel 24 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	57
Tabel 25 <i>BEVERAGE COST</i>	58
Tabel 26 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	59
Tabel 27 <i>WORKING CAPITAL</i>	60
Tabel 28 <i>OWNER'S EQUITY</i>	60
Tabel 29 <i>VARIABLE COST</i>	61
Tabel 30 <i>FIX COST</i>	61
Tabel 31 <i>BREAK EVEN POINT</i>	62
Tabel 32 <i>INCOME STATEMENT</i>	63
Tabel 33 <i>CASH FLOW PROJECTION</i>	63

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A. (2022, Februari 16). Retrieved from Investasi adalah: Pengertian, Jenis, dan Manfaat: <https://universalbpr.co.id/blog/investasi-adalah/>
- Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi. In *Desain dan Struktur Organisasi* (p. 43). Malang: AE Publishing.
- Ajabar. (2020). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Analisis Pekerjaan* (p. 14). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., . . . Tabun, M. A. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern). In *Ruang Lingkup Pemasaran* (p. 1). Lombok Barat, NTB: Seval Literindo Kreasi.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ananda. (2022). In *Business Manajemen* (p. 1). Gramedia.
- Andrian, Hadita, Nursal, M., & Jumawan. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Segmentasi dan Target Pasar Serta Posisi Produk* (p. 29). Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Andrian, Hadita, Nursal, M., & Jumawan. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Segmentasi dan Target Pasar Serta Posisi Produk* (p. 30). Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Andrian, K. (2021, 2 21). Retrieved from Manfaat Konsumsi Teh Herbal Cascara: www.alodokter.com
- Anitasari, N. (2021). *4 Alasan Penting Melakukan Pencatatan Keuangan Pada Bisnis*, 1.
- Arsus, V. (2021). *Penyajian dan Pengemasan*, 1.
- Atmojo. (2005). *Pengertian Kedai*. Menurut Atmojo kedai adalah suatu tempat yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil.
- Bandung, D. K. (2023, Maret 22). *Jumlah Wisatawan Yang Datang ke Kota Bandung 2019-2021*. Retrieved from https://disbudpar.bandung.go.id/c_umum: <https://bandungkota.bps.go.id/indicator/16/622/1/perkiraan-jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-berdasarkan-pintu-masuk-kota-bandung.html>
- Brahim, M. N. (2021). In *Akuntansi dan Keuangan Lembaga* (p. 31). Yogyakarta: Andi Offset.

- Damayanti, M. L. (2020). Teori Produksi. *Teori Produksi*, 1.
- Danang, K., Amalia, Maryati, W., Indrianti, M. A., Khairani, E., Abadi, S. P., . . . Suharlina. (2023). Riset Pemasaran. In Amalia, S.E, M.M, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik Mencapai Target* (p. 14). Indramayu: Penerbit Adab CV Adanu Abimata.
- Endrawati, T. (2023). Manajemen dan Organisasi. In *Struktur Organisasi* (p. 71). DKI Jakarta: PT Scifintech Andrew Wijaya.
- Fadhil, M. (2022). *Pengertian Working Capital beserta Cara Perhitungannya*, 1.
- Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2021). Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi). In *Pengantar Manajemen Strategi* (p. 9). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Firmansyah, M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Fitriya. (2022). *Cash Basis adalah Laporan Keuangan yang Beda dengan Accrual Basis*, 1.
- Fitriya. (2022). *Cash Basis adalah Laporan Keuangan yang Beda dengan Accrual Basis*, 1.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 37 - 44.
- Hakim, A. R., & Nilawati, W. (2020). *Pengantar Bisnis dan Manajemen*. Banyuwangi: Universitas 17 Agustus 1945.
- Handayani, W. P. (2022, 2 10). *Tea House Bandung*. Retrieved from Nibble'S Guide: <https://www.nibble.id/tea-house-bandung/>
- Hasan, M., Sholihannisa, L. U., Kusuma, N., Rochmahtun, S., Suyitno, M., Putri, A. M., . . . Eskawida. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Pendidikan. In *Tahapan Analisis Jabatan* (p. 36). Banten: PT Sada Kurnia Pustaka.
- Hasibuan, E., & Yurmaini. (2023). In *Pengantar Akuntansi* (p. 33). Sumatra Barat: Penerbit Mitra Cendekia Media.
- Hendayana, Y., & Nandang. (2018). Menciptakan Model Bisnis dengan Business Model Canvas. In *Bisnis Itu Mudah* (p. 65). Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari.
- Heriyati, P. (2022). Strategi Pemasaran Segmenting, Targeting dan Positioning. In P. Heriyati, *Bab 2 Konsep Segmentasi Pasar* (p. 60). Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Himma, F. (2022, Juni 1). Retrieved from Pendanaan: Pengertian dan Jenis Pendanaan: <https://majoo.id/solusi/detail/pendanaan>

- Hughes, & Kapoor. (2020). *Pengantar Bisnis dan Manajemen*.
- Ibnu. (2022, Maret 17). Retrieved from Future Value: Pengertian dan Cara Mudah Cara Menghitungnya: https://accurate.id/ekonomi-keuangan/future-value/#Pengertian_Future_Value
- Ikbar, N. F. (2023, Januari 14). Retrieved from Star Grid: <https://star.grid.id/read/453652931/daftar-umr-di-bandung-roya-2023-dari-kota-bandung-hingga-sumedang?page=all>
- Ishikawa. (2020, November 20). Retrieved from www.mingseli.id: <https://www.mingseli.id/2020/11/pengertian-quality-control-menurut-para-ahli.html>
- Kartasasmita, V. (2022, July 19). Retrieved from ukmindonesia.id: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/bagaimana-ukm-dapat-memvalidasi-potensi-produk-dan-peluang-pasar>
- Khairunnisa, C. (2017). *Segmentasi Pasar Berdasarkan Psikografi*, 6.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *SWOT Analysis*. 6.
- Kottler, & Keller. (2016). *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia 2022*, 3.
- Kottler, & Keller. (2022). Packaging . In Rahmawati, *Apa Saja Variabel Penelitian Dalam Bidang Marketing???* (Panduan Bagi Pemula) (p. 44). Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Lathifa, D. (2021). *Capital Expenditure: Pengertian, Jenis, dan Bedanya dengan Opex*, 1.
- Mohamadi, R. F. (2022). *Laporan Arus Kas: Pengertian, Cara Membuat, dan Contoh*, 1.
- Muhlis. (2021). Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Berdaya Saing Hadapi Era Society 5.0. In *Perencanaan Penggajian Strategik Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia* (p. 49). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Muhlis. (2021). Prinsip Prinsip Penggajian . In Muhlis, *Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Berdaya Saing Hadapi Era Society 5.0* (p. 52). Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Nanda, S. (2022, September 19). Retrieved from Brain Academy: <https://www.brainacademy.id/blog/teks-deskripsi>
- Nawawi. (2000). Pengertian Visi. *Pengertian Visi Menurut Kotler*, 122.
- Nguyen, L. (2023, February 21). Retrieved from Revenuegrid: https://revenuegrid-com.translate.goog/blog/sales-projection/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc#What_is_Sales_Projection?

- Nusantara, A., Widiana, I. W., Aswanto, Ikhsanti, N., Rejekiningsih, T. W., Mashadi, . . . Nur Hayati, T. P. (2022). In *Pengantar Ilmu Ekonomi* (p. 76). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Oliver. (2010). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Oliver, A. (2023, Mei 5). Retrieved from Glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/action-plan-adalah/#apa-itu-action-plan>
- Pratama, R. (2023). *Tangible Asset (Aset Berwujud): Pengertian, Karakteristik, Contoh, Cara Menghitung*, 1.
- Pratama, R. (2023). *Intangible Asset (Aset Tidak Berwujud): Pengertian hingga Contohnya*, 1.
- Riadi, M. (2020, Agustus 29). Retrieved from Kajian Pustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>
- Rita. (2020, Juli 27). Retrieved from Service Scape: <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/07/27/servicescape/>
- Rusnandar, N. (2010). Sejarah Kota Bandung. *Sejarah Kota Bandung Dari "Bergdessa" (Desa Udik) Menjadi Bandung "Heurin Ku Tangtung" (Metropolitan)*, 274.
- Rustan. (2009). Pengertian Logo. "*Logo berasal dari Bahasa Yunani yaitu Logos yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Pada awalnya yang lebih populer adalah istilah logotype, bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul tahun 1810-1840, diartikan sebagai tulisan nam.*
- Saretta, I. R. (2020, Desember 1). Retrieved from cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/kompetitor-definisi-manfaat-dan-trik-menghadapinya>
- Shariasih, E. (2016). *Khazanah Arsip Perkebunan Teh Priangan*. Arsip Nasional Republik Indonesia.
- Somantri, R., & Tanti. (2013). Pengertian Teh. In *Kisah Dan Khasiat Teh* (p. 4). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sopi, & Aryanto, T. (2023). In *Pengantar Manajemen Keuangan* (p. 180). Pekalongan, Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Susanto, A. (2023, April 11). Retrieved from masagena.id: <https://masagena.id/blog/media-pemasaran-online>
- Utama, R. E., Gani, N. A., Jaharuddin, & Priharta, A. (2019). Manajemen Operasi. In *Perencanaan Kapasitas* (p. 92). Tangerang Selatan: UM Jakarta Press.
- Wibisono. (2006). Pengertian Misi. *Pengertian Misi Menurut Wheelen*, 46-47.

- Wicaksono, G., Veronica, A., Anita, L., HM, I., Ibrahim, F. N., Husain, S., . . . Aristantia, S. E. (2022). In *Teori Akuntansi* (p. 141). Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Wijayanti, T. (2023). Entrepreneurship! Marketing! Dalam Bisnis. In *Unsur Unsur Manajemen Marketing* (p. 184). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Winasis, B. (2021, Oktober 1). Retrieved from Loan adalah: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Jenisnya: <https://www.modalrakyat.id/blog/loan-adalah>
- Yuliandri, M. T. (2020, September 28). *Otten Coffee*. Retrieved from <https://ottencoffee.co.id/majalah/7-fakta-cold-brew-yang-harus-kamu-tahu>