

PENGEMBANGAN USAHA ‘HUMAIRA CAKES’ DI KOTA CIREBON

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

HUMAIRA RISHENDRA
NIM : 2020411081

**PROGRAM STUDI SENI PENGOLAHAN PATISERI
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN USAHA 'HUMAIRA CAKES' DI KOTA CIREBON

NAMA : HUMAIRA RISHENDRA
NIM : 2020411081
JURUSAN : PERHOTELAN
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI (SPP)

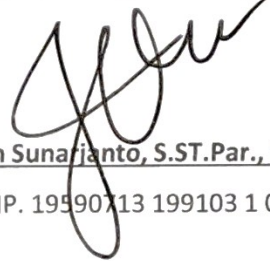
Pembimbing Utama,



Warta Sumirat, S.Pd., M.Pd.

NIP. 19700611 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Djauhar Arifin Sunarjanto, S.ST.Par., M.M., CPM (A)

NIP. 19590713 199103 1 001

Bandung, 13 Juni 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PENGEMBANGAN USAHA 'HUMAIRA CAKES' DI KOTA CIREBON

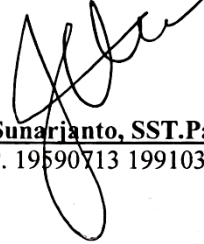
NAMA : HUMAIRA RISHENDRA
NIM : 2020411081
JURUSAN : SENI PENGOLAHAN PATISERI
PROGRAM STUDI : PERHOTELAN

Pembimbing Utama,



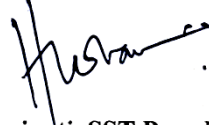
Warta Sumirat, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19700611 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,




Djauhar Arifin Sunarjanto, SST.Par., M.M. CPM (A)
NIP. 19590713 199103 1 001

Penguji I,



Selvi Novianti, SST.Par., M.Sc.
NIP. 19851111 201101 2 017

Penguji II,



Drs. Hery Soesanto, MM.
NIP. 19600628 199703 1 001

Bandung, 7 Agustus 2023

Mengetahui,

g. 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 : HUMAIRA RISHENDRA
Tempat/Tanggal Lahir : JAKARTA / 15 FEBRUARI 2002
NIM : 2020411081
Program Studi : SENI PENGOLAHAN PATISERI (SPP)
Jurusan : PERHOTELAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
PENGEMBANGAN USAHA 'HUMAIRA CAKES' 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 Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 14 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,


(HUMAIRA RISHENDRA)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada *Allah Subhanahu Wata'ala* karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya, penulis diberikan kelancaran dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PENGEMBANGAN USAHA ‘HUMAIRA CAKES’ DI KOTA CIREBON”**.

Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk menyelesaikan Studi Diploma III Program Studi Manajemen Patiseri di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Penulis menyadari akan kekurangan dalam usulan Tugas Akhir ini, namun penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan 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 ketua Administrasi Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Pudin Saepudin S.ST.Par M.P.Par, CHE selaku ketua jurusan Perhotelan,
4. Selvi Novianti, SST.Par., M.Sc. selaku ketua Administrasi Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
5. Bapak Warta Sumirat, S.Pd., M.Pd., selaku Pembimbing I yang telah memberi arahan, bimbingan, dan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini,
6. Djauhar Arifin Sunarjanto, S.ST Par., M.M. CPM (A) selaku Pembimbing II

yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir,

7. Seluruh Dosen pengajar dan staf Program Studi Seni Pengolahan Patiseri Politeknik Pariwisata NHI Bandung,
8. Orang tua serta kakak-kakak yang selalu mengirimkan doa dan memberikan motivasi kepada penulis,
9. Azkayra Hafshah Mahendra, keponakan yang selalu menjadi *mood booster* penulis sehingga dapat menyusun Tugas Akhir dengan semangat,
10. Teman-teman SPP 6B yang menjadi teman seperjuangan penulis,
11. Resti Amanda Riantiza, Farah Faatihah Azzahra, Fathiany Rizky Pusparini, Neng Nuke Adinda Mulya dan Denthamira Ceciliyadi yang selalu menjadi tempat mencurahkan keluh kesah penulis,
12. Sahabat-sahabat SMP dan SMA yang selalu memberikan semangat,
13. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam laporan Tugas Akhir ini, maka dari itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan sebagai bahan evaluasi kedepannya. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menginspirasi para pembaca.

Bandung, 19 Januari 2023

Penulis,
Humaira Rishendra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I.....	1
DESKRIPSI BISNIS ‘HUMAIRA CAKES’ CIREBON	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis.....	8
1.2.1 Deskripsi Bisnis	8
1.2.2 Deskripsi Logo Dan Nama.....	9
1.2.3 Identitas Bisnis.....	11
1.3 Visi Dan Misi.....	11
1.4 Gambaran Umum Model Bisnis	12
1.5 SWOT <i>Analysis</i>	13
1.6 Spesifikasi Produk	16
1.7 Jenis / Badan Usaha	19
BAB II	21
ASPEK PRODUK	21
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk.....	21
2.2 Rencana Pengembangan Produk.....	21
2.3 Analisa Keunggulan Produk	23
2.4 Penyajian dan Kemasan Produk.....	25
2.5 Mekanisme <i>Quality Check</i>	30
BAB III	32
RENCANA PEMASARAN.....	32
3.1 Analisis Pasar.....	32
3.2 Validasi Produk.....	42
3.3 Kompetitor	47
3.4 Program Pemasaran	49
3.5 Media Pemasaran.....	51
3.6 Proyeksi Penjualan.....	55

BAB IV	57
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	57
4.1 Identitas Owner	57
4.2 Struktur Organisasi	58
4.3 Desain Seragam	58
4.4 Job Analysis dan Job Description	60
4.5 Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja	65
4.5.1 Waktu Kerja dan Jadwal Mingguan Karyawan	65
4.6 Lokasi Usaha.....	67
4.7 <i>Servicescape</i>	68
4.7.1 Floor Plan Humaira Cakes	69
4.8 Action Plan dan Report.....	72
BAB V	77
ASPEK KEUANGAN	77
5.1 Metode Pencatatan Akuntansi.....	77
5.1.1 <i>Cash Basis</i>	77
5.1.2 <i>Accrual Basis</i>	77
5.2 <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Initial Investment)	78
5.2.1 <i>Tangible Investment</i>	78
5.2.2 <i>Intangible Investment</i>	81
5.2.3 Working Capital.....	85
5.3 Time Value of Money	85
5.3.1 Present Value	85
5.3.2 Future Value.....	86
5.4 Pendanaan Investasi	87
5.5 Penentuan Titik Impas dan Laba.....	88
5.5.1 Variable Cost; Fixed Cost; Mixed Cost	88
5.6 Identifikasi Cash Inflow dan Outflow.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

1.1	Ciri-ciri dan Kerangka Berpikir Seorang Wirausahawan.....	2
1.2	Analisis SWOT.....	14
1.3	Spesifikasi Produk ‘Humaira Cakes’.....	18
2.1	Penyajian Bolu Jadul.....	26
2.2	Contoh Penyajian dan Kemasan Tiramisu Cake.....	28
3.1	Analisis Segmentasi Pasar Berdasarkan Lokasi Geografis.....	33
3.2	Analisis Demografis Saat Ini dan Strategi Kedepannya.....	34
3.3	Data Kompetitor langsung dan Tidak Langsung ‘Humaira Cakes’.....	48
3.4	Media Pemasaran ‘Humaira Cakes’.....	52
3.5	Program Pemasaran ‘Humaira Cakes’ Tahun 2024.....	54
3.6	Harga Produk dan Total Revenue.....	55
3.7	Proyeksi Penjualan ‘Humaira Cakes’.....	56
4.1	Uraian Tugas dan Kualifikasi Karyawan.....	60
4.2	Waktu Kerja Karyawan.....	66
4.3	Jadwal Mingguan Karyawan.....	66
4.4	Anggaran Tenaga Kerja.....	67
4.5	Ukuran Area di ‘Humaira Cakes’.....	68
4.6	Uraian Rencana Pengembangan Produk.....	73
4.7	List Peralatan.....	74
5.1	Furniture, Fixture, and Equipment.....	79
5.2	FFE Depreciation.....	80
5.3	Working Capital.....	85
5.4	Perhitungan Present Value.....	86

5.5	Perhitungan <i>Future Value</i>	86
5.6	Peralatan yang Dibutuhkan Untuk Pengembangan Produk	87
5.7	Perhitungan <i>Variable Cost</i>	88
5.8	Perhitungan <i>Fixed Cost</i>	89
5.9	Perhitungan <i>Mixed Cost</i>	90
5.10	Perhitungan <i>BEP</i> Atau <i>CVP</i>	90
5.11	Perhitungan <i>Operating Budget</i>	91
5.12	Perhitungan <i>Cash Flow</i>	91

DAFTAR GAMBAR

1.1	Hasil Kuesioner Mengenai Konsep <i>Cake Shop</i>	3
1.2	Hasil Kuesioner Konsumen <i>Cake Shop</i>	5
1.3	Logo ‘Humaira Cakes’	9
1.4	Arti Logo ‘Humaira Cakes’	10
1.5	<i>Business Model Canvas</i>	15
1.6	Bolu Pisang (<i>Banana Cake</i>)	16
1.7	Kuesioner Varian Bolu Favorit	18
2.1	Kuesioner Jenis <i>Cake</i> yang Lebih Disukai Masyarakat	21
2.2	Kuesioner Varian Rasa yang Lebih Disukai Masyarakat.....	22
2.3	Kemasan Bolu Jadul.....	26
3.1	Penilaian ‘Humaira Cakes’	41
3.2	Kuesioner Minat Masyarakat Terhadap Tiramisu Cake.....	43
3.3	Membership Card Customer ‘Humaira Cakes’	53
4.1	Struktur Organisasi Karyawan ‘Humaira Cakes’	58
4.2	Desain Seragam.....	59
4.3	Desain Seragam Bagian Produksi	60
4.4	Denah Lokasi.....	67
4.5	Denah Toko Sebelum Dikembangkan.....	69
4.6	Parking Area.....	70
4.7	Serving Area.....	70
4.8	Tempat Penyimpanan Produk Jadi	70
4.9	Tempat Penyimpanan Equipment	71
4.10	Area Produksi	71
4.11	Denah Toko Setelah Pengembangan.....	72

4.12	Desain Postingan Promosi Bulan November	75
4.13	Desain Postingan Promosi Bulan Desember	76
4.14	Desain Postingan Promosi Bulan Januari.....	76
5.1	Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)	82
5.2	Sertifikat Halal	83
5.3	Nomor Induk Berusaha (NIB).....	84
5.4	SPP-IRT	84

DAFTAR PUSTAKA

- Arifki, H. H., & Berliana. (2018). *Karakteristik dan Manfaat Tumbuhan Pisang di Indonesia. Jurnal Farmaka, 16(3)*, 196.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta
- Amstrong, G., & Philip, K. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Anwar, Yuyun. (2010). *38 Inspirasi Usaha Makanan & Minuman untuk Home Industry*. Bandung: PT. Agro Media Pustaka.
- Dalimunthe, Sjahrial. (2012). *Hukum Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dichter, E. (1975). *Packaging: The Sixth Sense?*. Boston: Cahners Books.
- Dolnicar, Sara., Bettina Grun., Friedrich Leishc., & Andreas Weingessel. (2018). *Market Segmentation Analysis: Understanding It, Doing It, and Making It Useful*. Gateway East: Springer Nature Singapore.
- Feradhita. (2020). "Apa itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P". <https://www.logique.co.id/blog/2020/11/09/marketing-mix/>, diakses pada 3 April 2023 pukul 5.14.
- Hamel, P. J. (2017) "A Short History of Banana Bread". <https://www.kingarthurbaking.com/blog/2017/02/23/short-history-of-banana-bread>, diakses pada 3 April 2023 pukul 6.32.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management*. London: Pearson.
- Heller, Steven & Gail Anderson. (2020). *The Logo Design Idea Book: Inspiration from 50 Masters*. London: Laurence King Publishing Ltd.

- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2018). "Khasiat dan Manfaat Pisang".
<https://p2ptm.kemkes.go.id/tag/khasiat-dan-manfaat-pisang>, diakses pada 3 April 2023 pukul 6.17.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). Siaran Pers: Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3.57% di Kuartal III-2022.
- Kotler, P., & G. Armstrong. (2016). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kuswiratmo, B. A. (2016). *Memulai Usaha itu Gampang!: Langkah-langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha hingga Mengelolanya*. Jakarta: Transmedia Pustaka.
- Lataruva, E., dkk. (2022). *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Tangerang: Media Sains Indonesia.
- Limbong, T., A. A. Moloan, J. M. Manik. (2022). *Desain Grafis: Teori dan Praktek dengan CorelDRAW X7*. Deli Serdang: Cattleya Darmaya Fortuna.
- Mackinney, G., & A. C. Little. (1962). *Color of Foods*. Westport: The Avi Publishing Company, Inc.
- McLeod, F., & Thomson, R. (2002). *Non-Stop Creativity and Innovation: How to Generate Winning Ideas*. New York: McGraw-Hill Professional.
- Muharwati, Titis Indah. (2014). *Hubungan Sense of Humor dengan kreativitas pada Siswa Kelas XI MA Negeri Tlogo-Blitar*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Olsen, Dan. (2015). *The Lean Product Playbook*. New Jersey: Wiley.

- Porter, Michael. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Purnamasari, I. D. (2010). *Panduan Lengkap Hukum Praktis Populer: Kiat-kiat Cerdas, Mudah, dan Bijak Mendirikan Badan Usaha*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Putra, Indra Mahardika. (2021). *Business Model and Business Plan di Era 4.0*. Yogyakarta: Quadrant.
- Ries, Al. & Jack Trout. (2001). *Positioning: The Battle for Your Mind*. New York: McGraw-Hill.
- Sitepu, Ayu Sri Menda BR. (2019). *Pengembangan Kreativitas Siswa*. Kabupaten Bogor: Guepedia.
- Sudarso A., dkk. 2021. *Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suherman, Eman. (2010). *Business Entrepreneur*. Bandung: Alfabeta.
- Syarbini, M.H. (2016). *Pastrypreneur: Panduan Usaha Bakery, Khususnya Patiseri, dan Pengembangan Kompetensi Sebagai Chef atau Baker Professional*. Solo: Metagraf, Creative Imprint of Tiga Serangkai.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tontowi, Alva Edy. (2016). *Desain Produk Inovatif dan Inkubasi Bisnis Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Zimmerer, Thomas W. (2005). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Indeks.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill Education.