

**PERENCANAAN BISNIS *COOKIES* DAN *COFFEE SHOP* DI  
KOTA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh studi pada

Program Diploma III



Oleh:

GABRIEL OKTAVIANUS NOERDJAJA

Nomor Induk: 201621470

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN TATA HIDANGAN

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI**

**BANDUNG**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

JUDUL

**PERENCAAN BISNIS COOKIES DAN COFFEE SHOP DI KOTA  
BANDUNG**

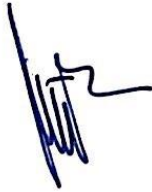
**Nama : Gabriel Oktavianus Noerdjaja**

**NIM : 201621470**

**Program Studi : Manajemen Tata Hidangan**

Bandung, Januari 2020


Pembimbing I



**Hanna Daniati, S.I.Kom., MM.Par., C.H.E**  
NIP. 19810317 200605 2 001

Bandung, Januari 2020

Pembimbing II



**Budi Wibowo, SE., MM.Par., C.H.E**  
NIP. 19780908 2011011 1 008

Bandung, Januari 2020

Mengetahui :

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,



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

Bandung, Januari 2020

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



**Faisal, MM.Par.,CHE**  
NIP. 19730706 199503 1 001



## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Gabriel Oktavianus Noerdjaja  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 19 Oktober 1998  
NIM : 201621470  
Program Studi : Manajemen Tata Hidangan  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**Perencanaan Bisnis Cookies dan 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, Januari 2020

Yang membuat pernyataan,



*Gabriel Oktavianus*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya tugas akhir yang penulis beri judul *Perencanaan Bisnis Cookies dan Coffee Shop di Kota Bandung*. Tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk kelulusan Program Studi Manajemen Tata Hidang Diploma III di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Selama pembuatan tugas akhir ini, penulis menghadapi hambatan dan masalah. Namun pada akhirnya penulis dapat menyelesaikannya tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih karena bantuan, saran dan bimbingan secara langsung dan tidak langsung kepada:

1. Bapak Faisal, M.M.Par., C.H.E selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, yang merangkap juga sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. sebagai Ketua Jurusan Hospitaliti di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidang Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
5. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., MM.Par., C.H.E selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi saran;

6. Bapak Budi Wibowo, SE., MM.Par., C.H.E selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberi saran;
7. Para dosen yang telah membantu selama penyusunan tugas akhir;
8. Orang tua penulis yang telah mendukung selama penyusunan tugas akhir;
9. I Made Winanda rekan penulis yang telah memberikan konsep ide *soft premium cookies*;
10. Indah Purnamasary, Muhammad Fadhel Pamungkas, Riky Pahlevy rekan penulis yang turut juga membantu;
11. Rekan-rekan MTH 6B, 6A yang turut membantu kepada penulis.

Penulis dengan seluruh kerendahan hatinya sadar bahwa terdapat beberapa hal yang mungkin kurang berkenan dikarenakan pengetahuan penulis yang masih terbatas serta pengalaman penulis sehingga mungkin adanya ketidaksempurnaan dalam pembuatan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar menciptakan hasil yang lebih baik. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Bandung, Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Usaha.....	5
C. Analisis Peluang dan Hambatan.....	8
a. Kekuatan ( <i>strengths</i> ).....	9
b. Kelemahan ( <i>weakness</i> ).....	9
c. Peluang ( <i>opportunity</i> ).....	10
d. Ancaman ( <i>threats</i> ).....	10
D. Jenis Usaha dan Struktur Manajemen.....	11
E. Lokasi.....	13
<b>BAB II</b> .....	<b>15</b>
<b>ASPEK PRODUK</b> .....	<b>15</b>
A. Nama dan Logo Usaha.....	15
B. Jenis Produk.....	16
C. Penyajian dan Kemasan Produk.....	18
D. Alasan dan Keunggulan Produk.....	23
E. Target Pasar.....	24
F. Menu Design.....	25
G. Perhitungan Biaya Produksi dan Nilai Jual.....	26
H. Proyeksi Penjualan.....	30
<b>BAB III</b> .....	<b>32</b>
<b>RENCANA PROMOSI / PEMASARAN</b> .....	<b>32</b>
A. Strategi Promosi.....	32
1. Strategi produk.....	33
2. Strategi harga.....	34
3. Strategi Lokasi.....	34

4.Strategi pemasaran.....	35
B. Media Promosi.....	37
C. Biaya Promosi.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>ASPEK FISIK .....</b>	<b>44</b>
A. Luas Bangunan.....	44
B. Desain dan Fungsi Bangunan .....	45
C. Floor Plan .....	49
<b>BAB V.....</b>	<b>51</b>
<b>ASPEK OPERASIONAL .....</b>	<b>51</b>
A. Struktur Organisasi.....	51
B. Jam Kerja.....	52
C. Job Specification dan General Service Procedure .....	53
D. Status Pegawai .....	58
E. Sistem Penggajian .....	59
<b>BAB VI .....</b>	<b>61</b>
<b>ASPEK FINANSIAL .....</b>	<b>61</b>
A. Investasi.....	61
B. Perhitungan Peralatan dan Perlengkapan .....	62
C. Income Statement dan Cash Flow.....	64
D. Investment Analysis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>69</b>
<b>BIODATA .....</b>	<b>73</b>



## DAFTAR TABEL

### **Bab 1**

Tabel 1. 1 Tabel Pesaing Jenis Usaha Serupa ..... 7

Tabel 1. 2 Tabel Pesaing Jenis Produk Serupa..... 7

### **Bab 2**

Tabel 2. 1 Daftar Menu CooCo Shop ..... 17

Tabel 2. 2 Chocochips Recipe Costing ..... 27

Tabel 2. 3 Dark Chocolate Recipe Costing ..... 27

Tabel 2. 4 Cappuccino Recipe Costing ..... 28

Tabel 2. 5 Caramel Mochaccino Recipe Costing ..... 28

Tabel 2. 6 Jasmine Tea Recipe Costing ..... 28

Tabel 2. 7 Recipe Costing Soft Premium Cookies CooCo Shop ..... 28

Tabel 2. 8 Recipe Costing Drinks CooCo Shop ..... 29

Tabel 2. 9 Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun ..... 30

### **Bab 3**

Tabel 3. 1 Biaya Promosi ..... 42

### **Bab 5**

Tabel 5. 1 Rincian Jumlah Pegawai CooCo Shop ..... 52

Tabel 5. 2 Jam Kerja Karyawan CooCo Shop..... 53

Tabel 5. 3 Job Spesification Karyawan CooCo Shop ..... 54

Tabel 5. 4 General Service Procedure CooCo Shop ..... 57

Tabel 5. 5 Labor Cost CooCo Shop..... 60

### **Bab 6**

Tabel 6. 1 Investment CooCo Shop ..... 61

Tabel 6. 2 Perhitungan Biaya Peralatan dan Perlengkapan CooCo Shop ..... 62

Tabel 6. 3 Income Statement dan Cash Flow CooCo Shop ..... 65

Tabel 6. 4 Investment Analysis CooCo Shop..... 65

## DAFTAR GAMBAR

### **Bab 1**

Gambar 1. 1 Struktur Organisasi CooCo Shop .....	12
Gambar 1. 2 Lokasi CooCo Shop .....	14

### **Bab 2**

Gambar 2. 1 Logo CooCo Shop .....	15
Gambar 2. 2 Piring Hitam CooCo Shop .....	19
Gambar 2. 3 Piring Putih CooCo Shop .....	19
Gambar 2. 4 Penyajian Minuman Dingin CooCo Shop .....	19
Gambar 2. 5 Straw CooCo Shop .....	20
Gambar 2. 6 Coaster Gelas CooCo Shop .....	21
Gambar 2. 7 Penyajian Minuman Panas CooCo Shop .....	21
Gambar 2. 8 Kemasan Produk Soft Premium Cookies .....	22
Gambar 2. 9 Kemasan Produk Minuman Dingin .....	22
Gambar 2. 10 Kemasan Produk Minuman Panas .....	22
Gambar 2. 11 Contoh Soft Premium Cookies .....	23
Gambar 2. 12 Menu Design CooCo Shop .....	26

### **Bab 3**

Gambar 3. 1 Flyer Soft Opening CooCo Shop .....	38
Gambar 3. 2 Flyer Soft Opening CooCo Shop di Instagram .....	39
Gambar 3. 3 Flyer Valentine CooCo Shop .....	40
Gambar 3. 4 Flyer Valentine CooCo Shop di Instagram .....	41

### **Bab 4**

Gambar 4. 1 Layout CooCo Shop .....	44
Gambar 4. 2 CooCo Shop .....	45
Gambar 4. 3 Desain Interior CooCo Shop .....	45
Gambar 4. 4 Desain Area Outside CooCo Shop .....	46
Gambar 4. 5 Bagian Dalam Dapur CooCo Shop .....	47
Gambar 4. 6 Toilet CooCo Shop .....	48
Gambar 4. 7 Back Area Untuk Karyawan CooCo Shop .....	48
Gambar 4. 8 Floor Plan CooCo Shop .....	49

### **Bab 5**

Gambar 5. 1 Struktur Organisasi CooCo Shop .....	51
Gambar 5. 2 Seragam Waiter dan Barista di CooCo Shop .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Recap Soft Premium Cookies .....	69
Lampiran 1. 2 Recap Beverage.....	69
Lampiran 1. 3 Income Statement.....	70
Lampiran 1. 4 USAR Income Statement.....	70
Lampiran 1. 5 Operating Expenses.....	70

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisi SWOT*. (2019, September 20). Retrieved from Wikipedia:  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis\\_SWOT](https://id.wikipedia.org/wiki/Analisis_SWOT)
- Brian, R. (2019). *Struktur Organisasi: Pengertian, Fungsi, dan Komponennya dalam Bisnis*. Retrieved from Maxmanroe:  
<https://www.maxmanroe.com/pengertian-struktur-organisasi.html>
- Cookie*. (2019, September 20). Retrieved from Wikipedia:  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Cookie>
- Gadispm. (2015, September 26). *8 Strategi Cara Promosi Produk yang Efektif yang Jarang dilakukan Usaha Kecil*. Retrieved from top coach indonesia:  
<http://topcoachindonesia.com/8-strategi-cara-promosi-produk-yang-efektif-yang-jarang-dilakukan-usaha-kecil/>
- Ganteng, S. (2019, 01 21). *Pengertian Struktur Organisasi Menurut Para Ahli*. Retrieved from onoini.com situs terpercaya:  
<https://www.onoini.com/pengertian-struktur-organisasi-menurut-para-ahli/>
- Greer, C. R. (1995). *Strategy and Human Resources: a General Managerial Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ilham, M. (2019, September 4). *12 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Retrieved from maribelajar.co.id:  
<https://materibelajar.co.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Kasmir, & Jakfar. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2004). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana Prenana Media Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasmir, & Jakfar. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis* (Revised ed.). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kasumaningrum, Y. (2019, April 23). Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jabar Meningkat 16,4%. *Ekonomi*.
- Kota Bandung*. (2019, September 10). Retrieved from Wikipedia:  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Bandung#Geografis](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bandung#Geografis)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kumalasari, R. D. (2017). PEMILIHAN LOKASI USAHA SEBAGAI SALAH SATU STRATEGI DALAM BUSINESS START UP.

- Kurniawan, K. (2019, September 27). *5 Pengertian Merek Menurut Ahli : Apa Itu Merek*. Retrieved from Projasa Web: <https://projasaweb.com/pengertian-merek/>
- Lantatur*. (2019, September 18). Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Lantatur>
- Listiani, W. (2008, Mei 12). *Gaya Remaja Kota Bandung*. Retrieved from Wordpress: <https://wandalistiani.wordpress.com/2008/05/12/gaya-remaja-kota-bandung/>
- Loudon, A., & Britta, D. D. (1979). *Consumer Behavior : Concepts and Applications* (Vol. 1). McGraw Hill.
- Milenial*. (2019, September 24). Retrieved from Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Milenial>
- Pengertian Strategi Pemasaran Definisi Menurut Para Ahli*. (2019, November 16). Retrieved from sarjanaku: <http://www.sarjanaku.com/2013/04/pengertian-strategi-pemasaran-definisi.html#:~:targetText=%E2%80%9CStrategi%20pemasaran%20adalah%20alat%20fundamental,untuk%20melayani%20pasar%20sasaran%20tersebut.%E2%80%9D>
- Risma, Z. (2016, 03 10). *Manajemen Operasi*. Retrieved from Blogspot: <http://zahararisma.blogspot.com/2016/03/test.html>