

PERENCANAAN USAHA KEDAI JUS DI CIJAMBE BANDUNG

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

ENDAH SRI LESTARY

Nomor Induk Mahasiswa :2021407055

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI TATA HIDANG

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2024

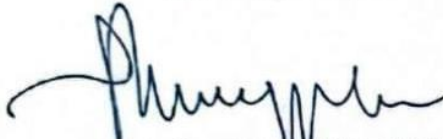
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

"PERENCANAAN USAHA KEDAI JUS DI CIJAMBE BANDUNG"


NAMA : ENDAH SRI LESTARY
NIM : 2021407055
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,




Ignatius Purwanggoro, S.Sos., M.AP

Pembimbing Pendamping,



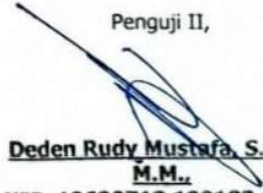
Dra. Retno Budi Wahyuni, MM., CHE,
NIP.19620730 198803 2 001

Penguji I,



Ita Maemunah, MM.Par., CHE
NIP. 19761226 201101 2 003

Penguji II,

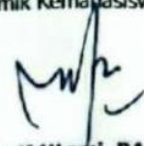


Deden Rudy Mustafa, S.Sos.,
M.M.,
NIP. 19690718 199103 1 009

Bandung, 07 Agustus 2024

Mengetahui,

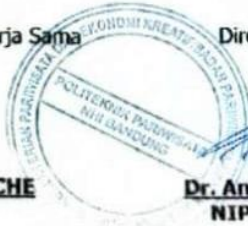

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415V200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Endah Sri Lestary
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 03 Desember 2000
NIM : 2021407055
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul: **“Perencanaan Usaha Kedai Jus Di Cijambe 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 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, 25 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,


METERAI
TEMPEL
4A830AKX831412262
ENDAH SRI LESTARY
2021407055

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul PERENCANAAN USAHA KEDAI JUS DI CIJAMBE BANDUNG. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi pada Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Tata Hidang di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam melakukan penyusunan Tugas Akhir ini Penulis menemui banyak sekali rintangan dan hambatan, akan tetapi banyak pihak yang telah memberikan bantuan moral, material, dan spiritual kepada Penulis. Oleh karena itu Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak – pihak yang telah membantu Penulisan Tugas Akhir ini yaitu :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, M.M. Par., CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP. Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., M.M.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Ignatius Purwanggono, S.Sos., M.AP. selaku Dosen Pembimbing Utama Penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing Penulis.
6. Ibu Dra. Retno Budi Wahyuni., MM., CHE. selaku Dosen Pembimbing Pendamping Penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing Penulis.

7. Seluruh Dosen, Staff Pengajar dan Administrasi Program Studi Tata Hidang yang telah membimbing, memotivasi dan membantu Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.
8. Bapak, Ibu dan adik Penulis tercinta yang selalu memberikan doa, perhatian, serta motivasi semangat baik secara moril dan material kepada Penulis sehingga dapat memiliki mental yang kuat.
9. Rekan – rekan kelas TAH 6B Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
10. Serta seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu – persatu oleh Penulis yang telah membantu dan mendukung dalam Penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam penulisan maupun sisi lainnya oleh karena, itu Penulis sangat mengharapkan masukan dan saran guna membangun dan menyempurnakan isi dari Tugas Akhir ini.

Bandung, 14 Agustus 2024

Endah Sri Lestary

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	9
1. Deskripsi Bisnis	10
2. Deskripsi Logo dan Nama	11
3. Identitas Bisnis.....	12
C. VISI DAN MISI.....	14
D. ANALISIS SWOT.....	16
E. SPESIFIKASI PRODUK.....	17
F. JENIS BADAN USAHA	18
G. ASPEK LEGALITAS	19
BAB II ASPEK PRODUK.....	20

A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	20
B. Analisa Keunggulan Produk atau Jasa.....	26
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	28
D. Penyajian dan Ke masan Produk atau Jasa	30
E. Mekanisme dan <i>Quality Check</i>	32
BAB III RENCANA PEMASARAN	34
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>)	34
B. Validasi Produk/Jasa.....	39
C. Kompetitor	40
D. Program Pemasaran	42
E. Media Pemasaran.....	42
F. Proyeksi Penjualan.....	44
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL.....	46
A. Identitas <i>Owner/Founder</i>	46
B. Struktur Organisasi	47
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	48
D. Manning Budget atau Anggaran Tenaga Kerja	51
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	53
F. <i>Action Plan</i> dan <i>Report</i>	54
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	56
A. Metode Pencatatan Akuntansi	56

B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>).....	57
C. Pendanaan Investasi	63
D. Penentuan Titik Impas dan Laba	65
E. Identifikasi <i>Cash Flow</i> dan <i>Outflow</i>	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sebuah Produk Minuman.....	7
2. Data Usaha Minuman Serupa	8
3. Spesifikasi Produk Kedai Jus Klasik	17
4. Kriteria Produk Kedai Jus Klasik	21
5. Menu Minuman Kedai Jus Klasik.....	22
6. Menu Makanan Kedai Jus Klasik.....	23
7. Menu Costing Minuman Kedai Jus Klasik	24
8. Menu Costing Makanan Kedai Jus Klasik.....	25
9. Daftar Perlengkapan Dan Peralatan Produksi	29
10. Rencana Produksi Kedai Jus Klasik	30
11. Wadah Penyajian Produk Dan Kemasan	31
12. Mekanisme <i>Quality Check</i> Harian	33
13. Kedai Jus Sebagai Alternatif Tempat Nongkrong	39
14. Data Kompetitor Kedai Jus Klasik	41
15. Program Pemasaran Kedai Jus Klasik Tahun 2024	42
16. Proyeksi Penjualan Kedai Jus Klasik.....	45
17. Identitas Diri Owner Kedai Jus Klasik	46
18. Deskripsi Jabatan	48
19. Jadwal Karyawan Kedai Jus Klasik.....	50
20. Jam Kerja Karyawan Kedai Jus Klasik.....	51

21. Anggaran Tenaga Kerja Kedai Jus Klasik	52
22. <i>Action Plan</i> Kedai Jus Klasik	55
23. <i>Tangible Investment</i> Kedai Jus Klasik	58
24. <i>Intangible</i> Kedai Jus Klasik	62
25. <i>Working Capital</i> Kedai Jus Klasik.....	63
26. Kebutuhan Investasi Modal Kedai Jus Klasik	65
27. <i>Variable Cost</i> Kedai Jus Klasik	66
28. <i>Fixed Cost</i> Kedai Jus Klasik	67
29. <i>Mixed Cost</i> Kedai Jus Klasik	67
30. <i>Cost Volume Profit</i> Kedai Jus Klasik.....	68
31. <i>Break Even Point</i> Kedai Jus Klasik	68
32. <i>Income Statement</i> Kedai Jus Klasik.....	69
33. <i>Cash Inflow Dan Outflow</i> Kedai Jus Klasik.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data Grafik Peningkatan Jumlah Minuman.....	1
2. Business Model Canvas	6
3. Data Grafik Frekuensi Konsumsi Jus Masyarakat Cijambe	7
4. Logo Usaha Jus	11
5. Peta Lokasi Usaha.....	14
6. Bangunan Usaha.....	14
7. Data Grafik Jenis Kelamin Faktor Demografis	35
8. Data Grafik Jenis Pekerjaan Faktor Demografis	35
9. Data Grafik Usia Faktor Demografis	36
10. Data Grafik Preferensi Lokasi Usaha	37
11. Data Grafik Preferensi Faktor Psikologis	38
12. Contoh Desain Instagram Jus Klasik	43
13. Struktur Organisasi Kedai Jus Klasik	47
14. Layout Kedai Jus Klasik	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Biodata Penulis	75
2. Form Bimbingan Pembimbing Utama	76
3. Form Bimbingan Pembimbing Pendamping.....	78
4. Turnitin	80
5. Pedoman Kuisisioner 1	81
6. Pedoman Kuisisioner 2.....	84

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, S., & Septiadi, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Seorang Pemimpin. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 146-155.
- Amanah, D. (2010). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MAJESTYK BAKERY & CAKE. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 71 - 87.
- Azwar, S. (2022). *Akuntansi Keuangan untuk UMKM*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Berman, B. &. (2018). *Retail Management: The Strategic Approach*. Pearson Prentice Hall.
- Bryson, J. (2018). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Practical Guide for Practitioners*. Jossey-Bass.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research*. Boston: Cengage Learning.
- Daga, R. (2019). ANALISIS SEGMENTASI PSIKOGRAFIS DAN TINGKAH LAKU TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENGAMBIL KREDIT PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk. UNIT BATUA RAYA MAKASSAR. 11.
- Desmita. (2008). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakary.
- Dwi Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA.
- Firmansyah, D. (2019). *Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Ghozali, I. (2015). *Manajemen Pemasaran Syariah: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Tangerang: CV Pustaka Mandiri.
- Heizer, J., & Render, B. (n.d.). *Operations management*. 2004: New Jersey : Pearson Education.
- kemenprin. (2014). *kementrian perdagangan industri*.
- Kieso, D. E. (2008). *Intermediate Accounting*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kieso, D. E. (2008). *Intermediate Accounting*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. ((2018). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hal.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Essex: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, V. (2014). *Marketing Management: An Analytical Framework*. Pearson Prentice Hall.
- Majid, I. N. (n.d.). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Masyarakat, L. (2023, Januari 2). *PENTINGNYA BADAN USAHA UNTUK KEMAJUAN KELOMPOK*. From Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah: <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/2293>
- Murniat, S. (2010). ANALISIS KEBUTUHAN MODAL KERJA PADA. 740.
- Pichler, R. (2020). *The Business Model Handbook*. Burlington: Business Model Alchemist.
- Qin, X. S. (2009). *International Journal of Hospitality Management*. Elsevier.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnawati. (2017). ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS PRODUK. 147.
- Salim, & Siswanto. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Sartika, C., & Abdillah, A. (2020). Strategi Pemasaran dan Segmentasi Pasar: Teori dan Aplikasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-14.
- Soekanto, S. (2010). *Manajemen Perusahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Stanton, W. J., & Lambert, D. R. (2014). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Subagiyo, Wulandari, & Salviana. (2017). *HUKUM PERUSAHAAN*. urabaya: PT REVKA PETRA MEDIA.
- Sukesi. (2010). *PERENCANAAN USAHA*. Surabaya: Lutfansah Mediatama.
- Supriyanto. (2009). BUSINESS PLAN SEBAGAI LANGKAH AWAL MEMULAI USAHA . *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, 73.
- Suryadi, D. (2012). PENTINGNYA VISI DAN MISI DALAM MENGELOLA SUATU USAHA. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20.
- Suryadinata, L. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Tanuwidjaja, L. (2010). *Pemasaran Strategik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tirtonegoro, T. K.-R. (2024, Januari Selasa). *Apa Sebenarnya Pola Makan Sehat?* From KEMENKES: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/3106/apa-sebenarnya-pola-makan-sehat
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- uajy. (2013, Maret 03). *Microsoft Word - Halaman Judul Skripsi.docx*. From <https://e-journal.uajy.ac.id/561/2/1KOM03313.pdf>
- Z, H. (2008). *Menangkap Peluang Usaha*. Bekasi: CV. Dian Anugerah Prakasa.