

RENCANA BISNIS “ THE NUSA ”

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh :

ANDI QANIA FIRSA AULIA TAUFIQ

2020310017

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI

JURUSAN KEPARIWISATAAN

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2024

RENCANA BISNIS

THE NUSA

"TASTE THE DIVERSITY OF NUSANTARA"

ANDI QANIA FIRSA

2020310017

PENGELOLAAN USAHA REKREASI
SEMESTER 8

PROYEK AKHIR
Rencana Bisnis “ The Nusa “

NAMA : ANDI QANIA FIRSA AULIA TAUFIQ
NIM : 2020310017
JURUSAN : Kepariwisataaan
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



Dr. Anang Sutono MM. Par. CHE.
NIP. 19650911 199203 1 1001

Pembimbing Pendamping,

Amara.

Odang Permana. SE, ME
NIP. 9938000157

Bandung, 12 juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Rencana Bisnis " The Nusa "

NAMA : Andi Qania Firsia Aulia Taufiq
NIM : 2020310017
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Usaha Rekreasi

Pembimbing Utama,



Dr. Anang Sutono MM. Par. CHE.
NIP. 19650911 199203 1 001

Pembimbing Pendamping,



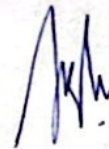
Odang Permana SE., ME.
NIDN 3813088001

Penguji I,



Drs. Asep Rosadi, M.AP.
NIP. 19630717 199903 1 001

Penguji II,



Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc.
NIP 19890709 201403 1 002

Bandung, 12 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. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : ANDI QANIA FIRSA AULIA TAUFIQ
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 22 Maret 2002
NIM : 2020310017
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi
Jurusan : Kepariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
The Nusa 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 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,

Ma

10000
METERAI
TEMPEL
103B5ALX240094857

KATA PENGANTAR

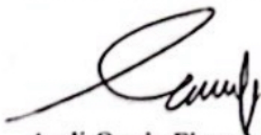
Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya atas terselesaikannya penyusunan naskah proposal bisnis pariwisata yang berjudul Rencana Bisnis "The Nusa" sebagai syarat kelulusan akademik bagi penulis di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan naskah proposal bisnis pariwisata seluruh prosesnya dapat penulis lalui dengan baik dan lancar atas bantuan dan dukungan dari kedua orang tua maupun pihak-pihak terkait lainnya. Ucapan terima kasih khususnya penulis sampaikan kepada :

1. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan dukungan dan doa tanpa henti
2. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi
4. Bapak Dr. Anang Sutono MM. Par. CHE selaku Dosen Pembimbing utama
5. Bapak Odang Permana, SE, ME. selaku Dosen Pembimbing pendamping
6. Anggota keluarga yang saya cintai senantiasa memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan naskah proposal bisnis pariwisata
7. Chevaz, Fitri dan Rakha yang telah membantu saya dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan naskah proposal bisnis pariwisata

Saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam naskah proposal bisnis pariwisata ini. Oleh karena itu besar harapan penulis agar mendapatkan saran dan masukan yang dapat menyempurnakan rencana bisnis ini.

Bandung, 14 juni 2024

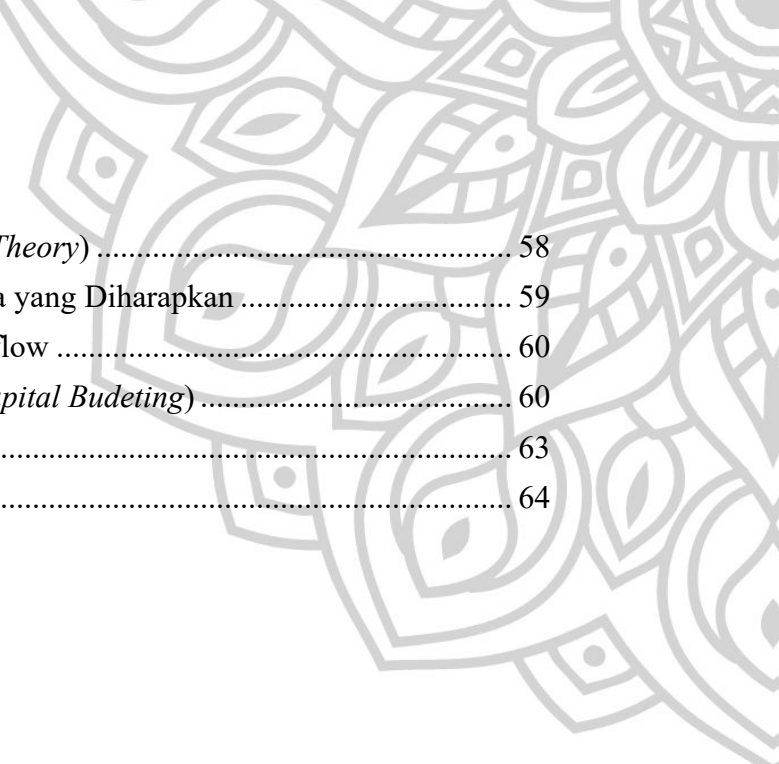


Andi Qania Firsia Aulia Taufiq

DAFTAR ISI

RENCANA BISNIS THE NUSA	ii
LEMBAR PENGESAHAN 1	iii
PERNYATAAN MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
EXECUTIVE SUMMARY	xii
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	3
a. Deskripsi Bisnis	3
b. Deskripsi Logo dan Nama	3
c. Identitas Bisnis	6
C. Visi dan Misi	6
D. Porter Five Forces	7
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	10
F. Jenis/Badan Usaha	11
G. Aspek Legalitas	11
BAB II RENCANA PRODUK/JASA	13
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa	13
B. Alasan dan Keunggulan Produk/Jasa	14
C. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	14
a. Metode Seduh Panas	14
b. Metode Seduh Dingin	15
c. Metode Seduh Tradisional	15
d. Metode Seduh Spesifik Untuk Semua Jenis Teh	15
D. Analisa Resources	16
E. Analisa Proses Produk/Jasa	17
F. <i>Inventory System</i>	18
G. Supply Chain	18
BAB III RENCANA PEMASARAN	25
A. Riset Pasar	25

e.	Analisa Survei	25
a.	Market Size	30
b.	Segmenting, Targeting , Positioning.....	31
c.	Segmenting.....	31
d.	Targeting	31
e.	Positioning.....	32
B.	Analisa Produk – Market Fit.....	32
C.	Analisa Kompetitor	33
D.	Program Pemasaran.....	35
a.	Product	35
b.	Price.....	36
c.	Place	36
d.	Promotion.....	36
E.	Media Pemasaran	37
F.	Proyeksi Penjualan	37
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL		38
A.	Identitas owners/founders	38
B.	Struktur Organisasi.....	38
C.	Job Analysis dan Job Description	39
a.	Owner/Ceo	39
b.	Operasional Koordinator.....	39
c.	<i>Operational Staff</i>	40
d.	<i>Tea Sommelier</i>	40
e.	<i>Attendent</i>	40
D.	<i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	40
E.	Recruitment & Hiring Procedure	41
F.	<i>Service Scape (Layout, Flow, SOP)</i>	43
G.	<i>Action Plan & Report</i>	49
BAB V ASPEK KEUANGAN		53
A.	Metode Pencatatan Akuntansi.....	53
B.	<i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Initial Investment).....	54
a.	angible Investment	55
b.	Intangible Investment.....	56
c.	Working Capital	56
d.	Total Investment.....	57
C.	Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)	57



D. Pendanaan Investasi : (<i>Agency Theory</i>)	58
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	59
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	60
G. Metode Penilaian Investasi (<i>Capital Budeting</i>)	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tempat yang Menyuguhkan Teh	34
Tabel 3. 2 Revenue Break Down	37
Tabel 4. 1 Anggaran Tenaga Kerja	40
Tabel 4. 2 <i>Action Plan & Report</i>	49
Tabel 5. 1 <i>Capital Expenditure</i>	54
Tabel 5. 2 Kebutuhan Investasi.....	56
Tabel 5. 3 <i>Total Working Capital</i>	57
Tabel 5. 4 Total Investment	57
Tabel 5. 5 <i>Time Value of Money</i>	58
Tabel 5. 6 Pendanaan Investasi	58
Tabel 5. 7 Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	60
Tabel 5. 8 <i>Capital Budeting</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo The Nusa.....	4
Gambar 1. 2 Peta Lokasi The Nusa.....	6
Gambar 1. 3 Industry Rivalry.....	7
Gambar 2. 1 <i>Customer Journey Map</i>	17
Gambar 2. 2 <i>Supply Chain</i>	19
Gambar 3. 1 Usia Responden.....	26
Gambar 3. 2 Jenis Kelamin	26
Gambar 3. 3 Asal Daerah	27
Gambar 3. 4 Pendapatan dalam sebulan	28
Gambar 3. 5 TAM, SAM, SOM.....	30
Gambar 3. 6 STP Marketing	31
Gambar 3. 7 <i>Experiment Board</i>	33
Gambar 4. 1 Organizational Structure	39
Gambar 4. 2 <i>Full Cycle Recruitment</i>	41
Gambar 4. 3 <i>Design</i> The Nusa	44
Gambar 4. 4 <i>Design</i> Luar The Nusa.....	45
Gambar 4. 5 <i>Service Blueprint</i>	46
Gambar 4. 6 SOP.....	47

EXECUTIVE SUMMARY

Minum Teh menjadi suatu kebiasaan orang Indonesia, teh juga menjadi minuman favorit selain kopi. Dengan melihat banyaknya minat teh di Indonesia, teh menjadi simbol bersosial bagi masyarakat Indonesia.

The Nusa hadir untuk membantu permasalahan warga Bogor, *The Nusa* adalah kedai teh yang mengusung tema kekayaan warisan budaya dan khas alam Indonesia. *The Nusa* menawarkan berbagai varian teh yang memiliki rasa dan aroma yang khas dari setiap wilayah penghasil teh di Indonesia. Mulai dari teh hitam sampai dengan teh hijau yang segar, *The Nusa* menghadirkan pengalaman unik yang membuat pengalam baru meracik teh sesuai dengan keinginan pelanggan tidak lupa dengan khasiat yang bergam untuk kesehatan.

The Nusa adalah sebuah kedai teh yang menawarkan pengalaman minum teh yang unik dengan sentuhan budaya Nusantara. Terinspirasi oleh kesan hangat dan tradisi teh dari seluruh kepulauan Indonesia, The Nusa menyajikan beragam pilihan teh yang dipilih secara khusus dari daerah-daerah penghasil teh terbaik di Nusantara.

Dengan dekorasi yang klasik dan mewah, The Nusa menghadirkan suasana yang elegan dan nyaman. Di dalam kedai, pelanggan akan merasakan sensasi hangatnya lampu-gantung bergaya nusantara, dengan meja-meja kayu yang dihiasi dengan sentuhan seni tradisional Nusantara, cocok untuk bersantai dan berkumpul bersama teman, pasangan dan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Farihah, A. W. (2020). Identification of the changing air temperature and rainfall in Bogor. *Jurnal Pengelolaan Sumberdaya Alam Dan Lingkungan*, 10(4), 616–626. <https://doi.org/10.29244/jpsl.10.4.616-626>
- Kolaborasi dan Sinergi Untuk Tingkatkan Produksi dan Daya Saing Teh Indonesia. (n.d.).
- Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 22–30. <https://doi.org/10.32500/jematech.v1i1.209>
- Rafdinal, W., Putri, Y., & Ridhaningsih, D. F. (2020). Model Loyalitas Merek pada Teh Kemasan di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 6(2), 86.
- Sosial, J., & Pertanian, E. (2019a). *Release Study Of Tea Commodities: Development Of Tea Plantation Area In West Java Province In 2015* (Vol. 15, Issue 3).
- Sosial, J., & Pertanian, E. (2019b). *Release Study Of Tea Commodities: Development Of Tea Plantation Area In West Java Province In 2015* (Vol. 15, Issue 3).
- Tuty Anggraini . (n.d.).
- Davalas, A. (2023). the Importance of the Tam-Sam-Som Model and How Big Data and Ai Help. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 08(12), 3936–3944. <https://doi.org/10.46609/ijsser.2023.v08i12.016>
- Yusuf, I., & Ghaida, G. (2021). *A Social Science and Entrepreneurship Journal Application of the Javelin Experiment Board Method to Validate Business Ideas in Startup Companies in Tasikmalaya City*. 1(2), 63–66.