

PERENCANAAN USAHA KEDAI KOPI DARIDAM.CO
DI KOTA BOGOR

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Studi Pada
Program Diploma III



Disusun Oleh:

LAODE ADAM JAHFAL RIZKULLAH

NIM: 2021407036

JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI TATA HIDANG
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2024

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Laode Adam Jahfal Rizkullah
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 30 Juni 2002
NIM : 2021407036
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul:
Perencanaan Usaha Kedai Kopi DARIDAM.CO di Kota Bogor, 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 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 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, 23 November 2024

Yang membuat pernyataan,



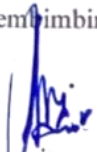
Laode Adam Jahfal Rizkullah

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN USAHA KEDAI KOPI DARIDAM.CO DI KOTA BOGOR

NAMA : LAODE ADAM JAHFAL RIZKULLAH
NIM : 2021407036
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

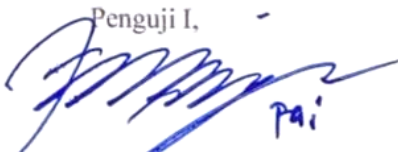
Pembimbing Utama,


Dhonny Yusuf Amier, S.Sos., MM.Par.
NIP. 19610226 199603 1 001

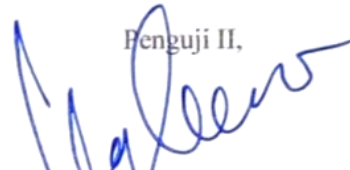
Pembimbing Pendamping,


Ridwan Iskandar, SE., MM.
NIP. 19740704 202421 1 001

Penguji I,


Dr. Fajar Kusnadi K. Putra, SST.Par., M.Sc.
NIP. 19850425 201101 1 005

Penguji II,


Valentino Sumardi, MM.Par.
NIP. 19720807 200312 1 001

Bandung, 24 Desember 2024

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama


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

Menyetujui,

Direktor Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.
NIP.19750415 200212 1 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada hadirat Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT. karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh studi pada program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Tata Hidang di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dengan judul *Perencanaan Usaha Kedai Kopi di Kota Bogor*.

Tentu saja dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan arahan serta bimbingan dari berbagai pihak yang sangat membantu penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Pada kesempatan ini, izinkan penulis menuliskan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par, CEE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST. Par., M.P.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., MM. Par., CHE., CHRMP. selaku Ketua Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Dhonny Yusuf Amier, S.Sos., MM.Par. selaku pembimbing utama yang telah membantu memberi dukungan dan membimbing dalam penyusunan tugas akhir.

6. Bapak Ridwan Iskandar, SE., MM. selaku pembimbing pendamping yang telah membantu memberi dukungan dan membimbing dalam penyusunan tugas akhir.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Tata Hidang serta seluruh Civitas Akademika Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan penulis.
8. Kedua orang tua serta keluarga penulis yang selalu menjadi sumber motivasi, memberikan doa, ilmu, serta dukungan moril maupun material tanpa henti, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Rekan-rekan dari Program Studi Tata Hidang, yang selalu menemani, saling membantu, dan memberikan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh teman-teman dekat di Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang selalu memberikan bantuan, saran, dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Harapannya, tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca. Terima kasih.

Bandung, 24 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	1
EXECUTIVE SUMMARY	2
BAB I.....	4
PENDAHULUAN.....	4
A. Latar Belakang.....	4
B. Gambaran Umum Bisnis.....	9
1. Deskripsi Bisnis.....	9
2. Deskripsi Logo dan Nama	13
3. Identitas Bisnis	15
C. Visi dan Misi.....	17
D. SWOT Analysis.....	18
E. Spesifikasi Produk	21
F. Jenis Badan Usaha	22
G. Aspek Legalitas.....	22
BAB II	24
ASPEK PRODUK	24
A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	24
B. Analisa Keunggulan Produk	31
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	32
D. Penyajian dan Kemasan Produk.....	35
E. Mekanisme Quality Check.....	37
1. Cara Penyimpanan.....	37
2. Jadwal Quality Check.....	39
F. Sistem Distribusi Bahan Baku	40
BAB III.....	42
RENCANA PEMASARAN	42
A. Riset Pasar (Segmentasi, Target, <i>Positioning</i>).....	42
1. Segmentasi.....	42

2. Target Pasar	45
3. <i>Positioning</i>	45
B. Validasi Produk.....	46
C. Kompetitor	48
D. Program Pemasaran	49
E. Media Pemasaran	50
1. Instagram	51
2. Tiktok	52
F. Proyeksi Penjualan.....	53
BAB IV	55
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	55
A. Identitas <i>Owners/Founders</i>	55
1. Identitas Diri.....	55
2. Riwayat Pendidikan.....	56
3. Pengalaman Kerja.....	56
B. Struktur Organisasi	56
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	57
1. <i>Job Analysis</i>	57
2. <i>Job Description</i>	58
D. <i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja	60
E. <i>Servicescape (Layout/Flow)</i>	61
F. <i>Action Plan & Report</i>	63
BAB V.....	65
ASPEK KEUANGAN	65
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	65
1. <i>Cash Basis</i>	65
2. <i>Accrual Basis</i>	65
B. <i>Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)</i>	66
1. <i>Tangible Investment (Depreciation)</i>	66
2. <i>Intangible Investment (Amortization)</i>	69
3. <i>Working Capital</i>	71
C. Pendanaan Investasi: (<i>Agency Theory</i>)	71
1. <i>Owner's Equity (Modal Pribadi)</i>	72
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	73
1. <i>Variable Cost</i>	73
2. <i>Fixed Cost</i>	74

3.	<i>Mixed Cost</i>	75
4.	<i>Break-Even Point (BEP)</i>	75
5.	<i>Cash Volume Profit (CVP)</i>	76
1.	<i>Operating Budget</i>	77
2.	<i>Cash Flow Projection</i>	79
DAFTAR PUSTAKA		80

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 HASIL PRASURVEI KEDAI KOPI DARIDAM.CO	6
1. 2 TES PRODUK.....	8
1. 3 <i>BUSINESS MMODEL CANVAS</i>	12
1. 4 MATRIKS ANALISIS SWOT.....	20
1. 5 PRODUK MINUMAN DAN MAKANAN.....	21
1. 6 DOKUMEN USAHA	23
2. 1 DESKRIPSI PRODUK MINUMAN DAN HARGA.....	24
2. 2 DESKRIPSI PRODUK MAKANAN DAN HARGA	26
2. 3 <i>RECIPE COSTING</i>	27
2. 4 <i>WEEKLY WORKING SCHEDULE</i>	33
2. 5 <i>HOURS DETAIL</i>	33
2. 6 SPESIFIKASI KEMASAN PRODUK MINUMAN	33
2. 7 SPESIFIKASI KEMASAN PRODUK MAKANAN	34
2. 8 PENYIMPANAN BAHAN BAKU PRODUKSI	35
2. 9 JADWAL <i>QUALITY CHECK</i>	39
3. 1 SEGMENTASI PASAR	43
3. 2 VALIDASI PRODUK.....	47
3. 3 DAFTAR KOMPETITOR	48
3. 4 PROGRAM PEMASARAN	50
3. 5 PROYEKSI PENJUALAN	54
4. 1 KRITERIA TENAGA KERJA	58
4. 2 <i>JOB DESCRIPTION</i>	59
4. 3 ANGGARAN TENAGA KERJA	61
4. 4 <i>ACTION PLAN</i>	63
5. 1 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	66
5. 2 NILAI DEPRESIASI	64
5. 3 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	65
5. 4 NILAI AMORTISASI.....	66
5. 5 <i>WORKING CAPITAL</i>	66
5. 6 <i>INVESTMENT STRUCTURE</i>	67
5. 7 <i>VARIABLE COST</i>	68
5. 8 <i>FIXED COST</i>	69
5. 9 <i>MIXED COST</i>	70
5. 10 <i>BREAK-EVEN POINT</i>	71
5. 11 <i>COST VOLUME PROFIT</i>	72
5. 12 <i>PROJECT INCOME STATEMENT</i>	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 1 LOGO USAHA	14
1. 2 LOKASI USAHA.....	16
1. 3 BANGUNAN KEDAI.....	16
2. 1 MENU DARIDAM.CO.....	30
3. 1 PROMOSI INSTAGRAM.....	52
3. 2 AKUN TIKTOK USAHA	53
4. 1 STRUKTUR ORGANISASI.....	57
4. 2 <i>LAYOUT</i> 1.....	62
4. 3 <i>LAYOUT</i> 2.....	62
4. 4 <i>LAYOUT</i> 3.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
1	BIODATA PENULIS	80
2	KUESIONER	82
3	<i>FORM</i> BIMBINGAN.....	89
4	TURNITIN	93

EXECUTIVE SUMMARY

Ketika mendirikan suatu usaha, terdapat satu hal yang sudah ada dan juga ditentukan dengan baik, yaitu nama usaha itu sendiri yang dimana termasuk juga Perencanaan Usaha Kedai Kopi DARIDAM.CO di Kota Bogor. Penulis memberi nama tersebut yang nantinya diharapkan bahwa usaha kedai kopi ini dapat dinikmati oleh semua pelanggan yang akan datang.

Selain nama usaha, logo usaha juga merupakan suatu hal yang penting dan dibuat sebagai awal mula didirikannya suatu usaha dan juga akan menghasilkan daya pikat khusus, kemudian dapat dijadikan ciri khas bagi suatu usaha. Logo dari Kedai Kopi DARIDAM.CO ialah sebagai berikut:



Dalam Perencanaan Usaha Kedai Kopi DARIDAM.CO di Kota Bogor, usaha ini akan berlokasi di Jl. Malabar 2 no. 5, RT.02/08, Kelurahan Babakan, Kecamatan Bogor Tengah.

Target pasar utama untuk usaha ini adalah usia 15-30 tahun yang tinggal di Kota Bogor, terutama untuk Gen-Z yang senang dengan hal yang inovatif, karena kedai kopi ini juga mengusung konsep inovatif dengan penggunaan *edible cup* sebagai wadah pengganti gelas plastik sekali pakai juga untuk mengurangi sampah plastic di Kota Bogor.

Untuk aspek keuangan, Proyeksi Pendapatan tahun pertama Rp.624,361,429 dengan Margin Laba Operational Rp.161,991,112. Investasi Awal Mencakup Biaya Sewa Tempat, Bahan Baku, Dan Promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyhadie, Z. (2017). *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: Samudra Keadilan
- Bahtera, J. (2022). Pengaruh Corporate Identity terhadap Branding Perusahaan. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 5(2), 69-72.
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2017). *Corporate Finance* (4th ed.). Pearson Education.
- Blythe, J. (2023). *Principles and Practice of Marketing*. Cengage Learning.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2018). *Investments* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.
- David, F. R., & David, F. R. (2020). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach* (17th ed.). London: Pearson.
- Dessler, G. (2015). *Human Resource Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor. (2021). *Laporan Data UMKM Kota Bogor Tahun 2019*. Kota Bogor.
- Dinas Lingkungan Hidup Kota Bogor. (2021). *Data produksi sampah di Kota Bogor*. Diakses dari <https://sanitasi.kotabogor.go.id/>.
- Drury, C. (2018). *Management and Cost Accounting* (10th ed.). Cengage Learning.
- Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi dan Perubahan dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pegawai dan Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2021). *Marketing Strategy* (8th ed.). Cengage Learning.

- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance* (14th ed.). Pearson Education.
- Google Forms. (n.d.). *Survey responses: [Survey terkait potensi pasar terhadap penggunaan "Edible Cup" pada Perencanaan Usaha Kedai Kopi di Kota Bogor]*. Retrieved December 23, 2024, dari <https://docs.google.com/forms/>
- Gramedia. (n.d.). 4 jenis usaha perseorangan. Diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/4-jenis-usaha-perseorangan/>
- Greasley, A. (2019). *Operations Management* (4th ed.). London: John Wiley & Sons.
- Grewal, D., & Levy, M. (2022). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13th ed.). London: Pearson
- Hillier, D., Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2016). *Corporate Finance* (3rd European ed.). McGraw-Hill Education.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* (13th ed.). Cengage Learning.
- Horne, J. C. V., & Wachowicz, J. M. (2018). *Fundamentals of Financial Management*. Pearson Education.

- Horngren, C. T., Harrison, W. T., & Oliver, M. S. (2016). *Financial & Managerial Accounting* (6th ed.). Pearson Education.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson.
- Libby, R., Libby, P. A., & Hodge, F. (2016). *Financial Accounting* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). London: Pearson.
- LPEM UI. (2023). *Survei konsumsi kopi dalam negeri*. Jakarta: LPEM UI.
- Majalah Mix dan Toffin. (2020). *Data nilai usaha kedai kopi di Indonesia*. Jakarta: Majalah Mix.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2014). *Human Resource Management: Essential Perspectives* (7th ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2018). *Marketing Research* (11th ed.). Wiley.
- Nickels, W. G., McHugh, J. M., & McHugh, S. M. (2021). *Understanding Business* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B., & Wright, P. M. (2017). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- OCBC NISP. (2021). *Riset pemasaran: Pengertian, fungsi, tahapan, dan tujuan*. OCBC NISP. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/05/10/riset-pemasaran>

- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2020). *Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation*. Wiley.
- Porter, M. E. (2014). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Management* (13th ed.). Boston: Pearson.
- Rushton, A., Croucher, P., & Baker, P. (2017). *The Handbook of Logistics and Distribution Management* (6th ed.). Kogan Page
- Sanitasi Kota Bogor. (2021). *Data pengelolaan sampah Kota Bogor*. Diakses dari <https://sanitasi.kotabogor.go.id/>.
- Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2018). *Operations Management* (9th ed.). London: Pearson.
- Soegoto, E. S. (2014). *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Statista (2022). *Number of Monthly Active Instagram Users Worldwide*. Diakses dari <https://www.statista.com>
- Stephen, A. T., & Galak, J. (2022). *The Science of Marketing: When to Tweet, What to Post, How to Blog, and Other Proven Strategies*. Wiley.
- Supriyono. (2018). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok (Jilid 2)*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Telkom University. (n.d.). *Penting! Ini Manfaat Brand Identity dalam Sebuah Bisnis*. Diakses dari <https://smb.telkomuniversity.ac.id/>.
- TikTok for Business. (n.d.). *TikTok Ads*. Diakses dari <https://www.tiktok.com/business/en>

- Tjiptono, F. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Kualitas Jasa*. Jakarta: Andi Publisher.
- Todorova, G., & Mills, C. (2020). *Market Segmentation: New Dimensions for Strategy Development*. Springer.
- Universitas Islam Indonesia. (n.d.). *Hukum Perdata: Buku Panduan Praktikum*. Diakses dari <https://law.uii.ac.id/>.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso, D. E. (2015). *Accounting Principles* (12th ed.). Wiley.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.