

PROYEK AKHIR
**RENCANA BISNIS “FUN CO’CRAFT: FROM THE BREW, TO
REUSE, WE CREATE”**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menyelesaikan Studi pada
Program Diploma IV Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi Politeknik
Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:
Naura Ramandhita
Nomor Induk : 2021310020

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN USAHA REKREASI
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

BUSINESS PLAN

of



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Naura Ramandhita
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 06 November 2002
NIM : 2021310020
Program Studi : Pengelolaan Usaha Rekreasi
Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

RENCANA BISNIS “FUN CO'CRAFT: From the Brew, To Reuse, We Create”

- 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, 19 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Naura Ramandhita
NIM: 2021310020



LEMBAR PENGESAHAN

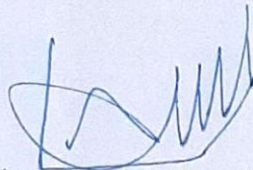
LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS "FUN CO'CRAFT: From The Brew, To Reuse, We Create"

NAMA : NAURA RAMANDHITA
 NIM : 2021310020
 JURUSAN : KEPARIWISATAAN
 PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

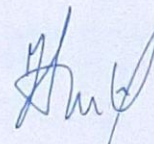
Pembimbing Utama,



Dr., Anang Sutono, MM.Par., CHE

NIP : 19650911 199203 1 001

Pembimbing Pendamping,



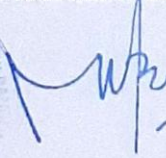
Hari Ristanto, BBA., M.Sc.

NIP : 19680915 199903 1 001

Bandung, 16 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

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

NIP : 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

RENCANA BISNIS "FUN CO'CRAFT: From The Brew, To Reuse, We Create"

NAMA : NAURA RAMANDHITA
NIM : 2021310020
JURUSAN : KEPARIWISATAAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN USAHA REKREASI

Pembimbing Utama,



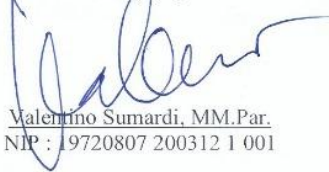
Dr. Anang Sutono, MM.Par., CHE
NIP : 19650911 199203 1 001

Pembimbing Pendamping,



Hari Ristanto, BBA., M.Sc.
NIP: 19680915 199903 1 001

Penguji I,



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

Penguji II,



Dr. Herlan Suherlan, MM.
NIP : 19680127 199803 1 001

Bandung, 04 Agustus 2025

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 Pariwisata NHI Bandung



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





KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis mengucapkan rasa syukur karena dapat menyelesaikan Proposal Proyek Akhir ini dengan judul "Rencana Bisnis Fun Co'Craft: From the Brew, To Reuse, We Create" sebagai bentuk tanggung jawab dan salah satu syarat kelulusan dalam program studi Pengelolaan Usaha Rekreasi, Jurusan Kepariwisata, di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Hal ini dapat terlaksana dengan lancar karena adanya dukungan, pengarahan, dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Maka penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endah Trihayuningtyas, MM.Par selaku Ketua Jurusan Kepariwisata
3. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
4. Bapak Dr., Drs. Anang Sutono, MM.Par., CHE selaku Pembimbing Utama
5. Bapak Hari Ristanto, BBA., M.Sc., CHE selaku Pembimbing Pendamping
6. Ayah Rahmat Romdon dan Ibu Qonitah serta Mba Thasha, Mas Aqmal, dan Adek Edsel yang saya cintai yang selalu memberi doa dan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman kost deketan 201B, yaitu Eno, Rani, Sasa, Salma, Agya, Maya, dan Happy yang selalu kebersamai selama mengerjakan proyek akhir.



8. Shofia Nadiya Putri Turganda selaku sahabat, teman dekat, dan saudara saya selama perkuliahan yang kebersamai saya dari semester 3 hingga menyelesaikan proyek akhir ini.
9. Diva Marshanda dan Shafa Aghniya Az Zahra yang menjadi teman pertama saya selama perkuliahan.
10. Teman-teman dan keluarga besar Program Studi Pengelolaan Usaha Rekreasi.
11. Serta seluruh pihak yang turut membantu, mendukung, dan mengarahkan penyusunan proyek akhis ini.

Penulis pun menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk penulis dalam melanjutkan penyusunan laporan tugas akhir. Penulis berharap dengan adanya laporan ini dapat bermanfaat untuk pembaca, khususnya mahasiswa/i Politeknik Pariwisata NHI Bandung serta menjadi referensi akademis maupun referensi bagi pengembangan usaha di bidang rekreasi.

Bandung, Juni 2025

Naura Ramandhita



DAFTAR ISI

PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
EXECUTIVE SUMMARY	1
BAB I DESKRIPSI BISNIS	3
A. Latar Belakang	3
B. Gambaran Umum Bisnis	6
C. Visi dan Misi	11
D. SWOT Analysis.....	11
E. Gambaran Umum Produk dan Jasa	14
F. Jenis Badan Usaha.....	18
G. Aspek Legalitas	19
BAB II RENCANA PRODUK ATAU JASA	22
A. Daftar dan Deskripsi Produk atau Jasa	22
B. Alasan dan Keunggulan Produk atau Jasa	29
C. Penyajian dan Kemasan Produk atau Jasa	31
D. Analisa <i>Resources</i>	39
E. Analisa Proses Produk atau Jasa	41
F. <i>Inventory System</i>	44
G. <i>Supply Chain</i>	46
BAB III RENCANA PEMASARAN	48
A. Riset Pasar.....	48
B. Analisa <i>Product - Market Fit</i>	59
C. Analisa Kompetitor	61
D. Program Pemasaran.....	65
E. Media Pemasaran	71
F. Proyeksi Penjualan	72
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	75
A. Identitas <i>owners/ founders</i>	75
B. Struktur Organisasi.....	75
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	77
D. <i>Manning Budget/ Anggaran Tenaga Kerja</i>	81
E. <i>Recruitment & Hiring Procedure</i>	82
F. <i>Service Scape (Layout, Flow, SOP)</i>	84
G. <i>Action Plan & Report</i>	88
BAB V ASPEK KEUANGAN	92
A. Metode Pencatatan Akuntansi	92
B. <i>Capital Expenditure</i>	92



C. <i>Time Value of Money</i>	96
D. Pendanaan Investasi.....	97
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang diharapkan.....	98
F. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	101
G. Metode Penelitian Investasi (Capital Budgeting).....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	109



**DAFTAR TABEL**

<i>Tabel II.1 Penyajian Jadwal Program Aktivitas Giling Wangi</i>	<i>33</i>
<i>Tabel II.2 Penyajian Jadwal Program Aktivitas Akses Giling</i>	<i>35</i>
<i>Tabel II.3 Penyajian Jadwal Program Aktivitas Lukis Giling</i>	<i>37</i>
<i>Tabel II.4 Analisa Resources Fun Co'Craft</i>	<i>40</i>
<i>Tabel II.5 Customer Journey Mapping Fun Co'Craft</i>	<i>41</i>
<i>Tabel II.6 Tabel Inventory System Fun Co'Craft</i>	<i>45</i>
<i>Tabel II.7 Supply Chain Fun Co'Craft.....</i>	<i>47</i>
<i>Tabel III.1 Segmentasi A Fun Co'Craft</i>	<i>54</i>
<i>Tabel III.2 Segmentasi B Fun Co'Craft</i>	<i>55</i>
<i>Tabel III.3 Market Size Fun Co'Craft</i>	<i>57</i>
<i>Tabel III.4 Positioning Fun Co'Craft.....</i>	<i>58</i>
<i>Tabel III.5 Javeline Experiment Board Fun Co'Craft</i>	<i>60</i>
<i>Tabel III.6 Analisa Kompetitor Fun Co'Craft</i>	<i>62</i>
<i>Tabel III.7 Three Level of Product for Fun Co'Craft</i>	<i>66</i>
<i>Tabel III.8 Harga Program for Fun Co'Craft.....</i>	<i>68</i>
<i>Tabel III.9 Media Reservasi Fun Co'Craft.....</i>	<i>69</i>
<i>Tabel III.10 Strategi Promosi Fun Co'Craft</i>	<i>70</i>
<i>Tabel III.11 Proyeksi Penjualan Giling Wangi</i>	<i>73</i>
<i>Tabel III.12 Proyeksi Penjualan Akses Giling.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabel III.13 Proyeksi Penjualan Lukis Giling</i>	<i>74</i>
<i>Tabel IV.1 Anggaran Tenaga Kerja Fun Co'Craft.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabel IV.2 Standard Operating Procedure Fun Co'Craft.....</i>	<i>86</i>
<i>Tabel IV.3 Action Plan Fun Co'Craft</i>	<i>89</i>
<i>Tabel IV.4 Pelaporan Rutin Fun Co'Craft</i>	<i>91</i>
<i>Tabel V.1 Tangible Investment Fun Co'Craft</i>	<i>93</i>
<i>Tabel V.2 Itangible Investment Fun Co'Craft</i>	<i>95</i>
<i>Tabel V.3 Working Capital Fun Co'Craft</i>	<i>96</i>
<i>Tabel V.4 Total Investment & Funding Fun Co'Craft</i>	<i>97</i>
<i>Tabel V.5 Loan Installment's Schedule Fun Co'Craft</i>	<i>98</i>
<i>Tabel V.6 Operational Expenses Fun Co'Craft.....</i>	<i>99</i>
<i>Tabel V.7 Break Even Point Fun Co'Craft.....</i>	<i>101</i>





Tabel V.8 Revenue Breakdown Fun Co’Craft102

Tabel V.9 Income Statement Fun Co’Craft103

Tabel V.10 Cash Flow Projection Fun Co’Craft.....104

Tabel V.11 NPV Fun Co’Craft105

Tabel V.12 IRR Fun Co’Craft.....106

Tabel V.13 Discounted Payback Period Fun Co’Craft.....106





DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar I.1 Logo Fun Co'Craft</i>	8
<i>Gambar I.2 Five Competitive Force That Shape Strategy</i>	12
<i>Gambar II.1 Tahap Recreation Program</i>	22
<i>Gambar II.2 Ilustrasi Program "Giling Wangi"</i>	24
<i>Gambar II.3 Ilustrasi Program "Akses Giling"</i>	26
<i>Gambar II.4 Ilustrasi Program "Lukis Giling"</i>	27
<i>Gambar II.5 Outdoor 2 dan Outdoor 1</i>	28
<i>Gambar II.6 Tempuran Space</i>	29
<i>Gambar II.7 Klinik Kopi</i>	29
<i>Gambar II.8 Filosofi Kopi</i>	29
<i>Gambar III.1 Hasil Kuesioner Pengetahuan Pasar terhadap Pemanfaatan Ampas Kopi</i>	49
<i>Gambar III.2 Hasil Kuesioner Pengalaman Pasar</i>	49
<i>Gambar III.3 Hasil Kuesioner Preferensi Pasar</i>	50
<i>Gambar III.4 Hasil Kuesioner Hal yang Diharapkan Pasar secara Psikologis</i>	50
<i>Gambar III.5 Hasil Kuesioner Preferensi Pasar</i>	51
<i>Gambar III.6 Hasil Kuesioner Perubahan Responden Terhadap Produk</i>	52
<i>Tabel III.13 Proyeksi Penjualan Lukis Giling</i>	74
<i>Gambar IV.1 Foto Owner</i>	75
<i>Gambar IV.2 Struktur Organisasi</i>	76
<i>Gambar IV.3 Layout Area</i>	84
<i>Gambar IV.4 Flow Kegiatan</i>	85



EXECUTIVE SUMMARY

Fun Co'Craft merupakan sebuah rencana bisnis berbasis rekreatif dan edukatif yang memanfaatkan ampas kopi menjadi produk kreatif dan bernilai jual melalui pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*). Berlokasi di Yogyakarta yang menjadi kota pertumbuhan pesat dalam industri kedai kopi, Fun Co'Craft hadir sebagai solusi kreatif terhadap permasalahan ampas kopi yang belum termanfaatkan secara optimal.



Logo Fun Co'Craft dirancang dengan pendekatan tipografi *wordmark* yang menonjolkan nama merek secara jelas dan konsisten. Elemen visual utama dalam logo mencakup, tipografi utama, simbol daur ulang, biji kopi, dan warna yang melambangkan kopi, kehangatan, lingkungan, dan keberlanjutan.

Dari hasil survei, 88,7% responden dengan target usia 17 – 54 tahun orang yang suka dan tidak begitu suka kopi, serta ingin belajar dan mengetahui hal baru dari pemanfaatan kopi, menyatakan ketertarikan terhadap program ini, membuktikan bahwa Fun Co'Craft memiliki potensi *product-market fit* yang kuat. Strategi pemasaran yang digunakan mencakup pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan kedai kopi, dan komunitas lingkungan, untuk menjangkau segmen Gen Z hingga Gen X berusia 17–54 tahun yang memiliki minat terhadap aktivitas kreatif, pengalaman baru, dan isu keberlanjutan.

Dengan *positioning* sebagai pelopor rekreasi edukatif berbasis pemanfaatan ampas kopi dan didukung oleh legalitas usaha yang kuat, Fun Co'Craft menawarkan potensi bisnis yang inovatif, berdampak sosial, dan berkelanjutan bagi lingkungan serta komunitas lokal.





Untuk memulai usaha ini, Fun Co'Craft membutuhkan investasi awal sebesar Rp338,415,000 yang sudah mencakup pengeluaran untuk aset berwujud, tidak berwujud, dan modal kerja. Berdasarkan analisis keuangan yang komprehensif, diharapkan modal yang diinvestasikan dapat kembali dalam jangka waktu 29 bulan.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2020). *Principles of corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill. <https://youtu.be/CT-MaW7N5Hw?si=nbc3L6shph0f5YLI>
- Caruth, D. L., Handlogten, G. D., & Holmes, S. S. (2008). *Staffing the contemporary organization: A guide to planning, recruiting, and selecting for human resource professionals* (3rd ed.). Praeger Publishers.
- Følstad, A., & Halvorsrud, R. (2023). Customer journeys. In F. Gallouj, C. Gallouj, M.-C. Monnoyer, & L. Rubalcaba (Eds.) *Elgar Encyclopedia of Services* (pp. 219-220). Cheltenham, UK: Edward Elgar. <http://dx.doi.org/10.4337/9781802202595>
- Husnaini, A. (2023). *Marketing Strategy For Ecotourism Products in Labuan Bajo, East Nusa Tenggara*. IJSCOT. <https://journal.poltekpar-nhi.ac.id/index.php/ijscot/article/view/1080/291>
- Kamil, M. H. (2023, 21 Desember). *Kedai Kopi Menjamur, Sampah Plastik Makin Menumpuk di Yogyakarta*. Mongabay.co.id. <https://www.mongabay.co.id/2023/12/21/kedai-kopi-menjamur-sampah-plastik-makin-menumpuk-di-yogyakarta/>
- Kolb, D. A. (2005). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Edition.
- Kotler, P.T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Koussaif, Hiba, Hart, David and Lillystone, Simon (2020). *Customer Complaint Journey Mapping: A Qualitative Approach*. British Food Journal. ISSN 0007-070X (In Press) <https://doi.org/10.1108/bfj-11-2019-0849>
- Mediaperkebunan.id. (2023, 20 Mei). *ICO: Indonesia Produsen dan Konsumen Kopi Terbesar di AsPas*. <https://mediaperkebunan.id/ico-indonesia-produsen-dan-konsumen-kopi-kedua-terbesar-di-aspas/>
- Olsen, D. (2015). *The Lean Product Playbook*. Wiley.
- Ondrej. (2021, 26 Februari). *Millennials and Gen Z Want to Support Purpose Driven Companies Acting Sustainably*. Besmarthead.com. <https://www.besmarthead.com/en/blog/post/purpose-driven-brands-younger-customers-look-for>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.





- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. Wiley.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Prost, E. (2023). *Grounds for Collaboration: Designing Sustainable Partnerships between Coffee Shops and Spent Coffee Grounds Collectors*. <https://aaltodoc.aalto.fi/server/api/core/bitstreams/cdb2b93d-9606-4240-814f-08eec58df6ca/content>
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York, NY: Crown Business.
- Rochmah, H. F., Kresnanda, A. S., Asyidiq, M. L. (2021). *Pemanfaatan Limbah Ampas Kopi Sebagai Upaya Pemberdayaan Petana Kopi di CV Frinsa Agrolestari, Bandung, Jawa Barat*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jstsv/article/view/36977>
- Rossmann, J. R., & Schlatter, E. B. (2015). *Recreation Programming: Designing and Staging Leisure Experiences* (7th ed). Sagamore Publishing LLC.
- Syahni, D. (2019, 10 September). *Daur Ulang Sampah Plastik di Indonesia Rendah*. Mangobay.co.id. <https://www.mongabay.co.id/2019/09/10/daur-ulang-sampah-plastik-di-indonesia-rendah/>
- Semick, J. (2017). *PRODUCT-MARKET FIT Lessons for Product Managers*.
- Setiawan, S. R. D. (2022, 15 Januari). *Limbah Kopi Dapat Dimanfaatkan Jadi Beragam Sumber Daya Bernilai Tinggi*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/home/read/2022/01/15/194617976/limbah-kopi-dapat-dimanfaatkan-jadi-beragam-sumber-daya-bernilai-tinggi?page=all>
- UNWTO. (2023, 20 Januari). *UNWTO at FITUR 2023: Investing in a Diverse, Sustainable Future for Tourism*. Unwto.org. <https://www.unwto.org/news/unwto-fitur-2023-investing-in-a-diverse-sustainable-future-for-tourism>
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2017). *Managerial accounting* (14th ed.). Cengage Learning.
- Wisnubroto, K. (2024, 1 Agustus). *Syarat dan Prosedur Mendirikan CV*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/kependudukan/8448/syarat-dan-prosedur-mendirikan-cv?lang=1>

