

**PERENCANAAN BISNIS ONLINE MINUMAN
OATMILK “OADLIE” DI KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

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



Disusun Oleh :

CLAUDIA ABIGAIL

NIM : 2022407001

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI TATA HIDANG**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Claudia Abigail
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung/ 03 September 2004
NIM : 2022407001
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
“PERENCANAAN BISNIS OATMILK “OADLIE” SECARA ONLINE”
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, 18 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Claudia Abigail

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS MINUMAN OATMILK “OADLIE” SECARA ONLINE

NAMA : Claudia Abigail

NIM : 2022407001

JURUSAN : Hospitaliti

PROGRAM STUDI : Tata Hidang

Pembimbing Utama,

Drs., Moch. Agus Syadad S., MM.Par.
NIP. 19630830 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,

NGM Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Bandung, 28 Juli 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS ONLINE MINUMAN *OATMILK* "OADLIE" DI KOTA BANDUNG

NAMA : Claudia Abigail

NIM : 2022407001

PROGRAM STUDI : Tata Hidang

Pembimbing Utama,

Moch. Agus Syadad Saefullah, Drs., MM.Par.
NIP. 19630830 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,

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

Penguji I,

Dodi Affandi, SS., MM.Par.
NIP. 19781015 200502 1 001

Penguji II,

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

Bandung, 28 Juli 2025

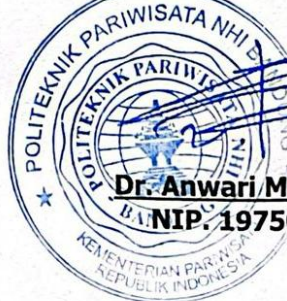
Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

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

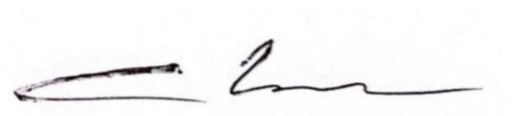
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “PERENCANAAN BISNIS MINUMAN OATMILK “OADLIE” SECARA ONLINE” dengan tepat waktu. Adapun tujuan dari Tugas Akhir yang disusun ini sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Tata Hidang di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Tugas Akhir ini dapat penulis selesaikan berkat dari banyaknya dukungan dan bantuan yang telah penulis dapatkan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par, CEE selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, sekaligus Pembimbing Pendamping penulis pada penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST. PAR., MP.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Hanna Daniati, S.I Kom.,M.M. Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Tata Hidang.
6. Bapak Drs. Moch. Agus Syadad Saefullah, MM. Par. selaku Pembimbing Utama yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

7. Kepada seluruh dosen, pengajar, dan staf administrasi di Program Studi Tata Hidang.
8. Kepada keluarga, terutama kedua orangtua penulis yang sudah memberikan dukungan secara material dan non-material.
9. Serta, rekan-rekan kelas TAH 6B program studi Tata Hidang yang sudah memberikan motivasi kepada penulis.

Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan pada Tugas Akhir ini, maka kritik dan saran sangat diterima oleh penulis agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 18 Juni 2025



Penulis,

Claudia Abigail

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum	11
1. Deskripsi Bisnis	11
2. Deskripsi Logo dan Nama	15
3. Identitas Bisnis	16
C. Visi & Misi	18
D. <i>SWOT</i> Analysis	19
E. Spesifikasi Produk	22
F. Jenis/Badan Usaha	26
G. Aspek Legalitas	26
BAB II ASPEK PRODUK	28
A. Daftar dan Deskripsi Produk	28
B. Analisa Keunggulan Produk	34
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	36
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa	40
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	44
BAB III RENCANA PEMASARAN	46
A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning)	46
B. Validasi Produk – Market Fit	49
C. Kompetitor	51
D. Program Pemasaran	52
E. Media Pemasaran	54
F. Proyeksi Penjualan	56
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	57

A. Identitas Owners/Founders	57
B. Struktur Organisasi	58
C. Job Analysis dan Job Description	59
D. Manning Budget/ Anggaran Tenaga Kerja	60
E. Service Scape (Layout/ Flow)	62
F. Action Plan & Report	62
BAB V ASPEK KEUANGAN	64
A. Metode Pencatatan Akuntansi	64
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)	64
C. Pendanaan Investasi (Agency Theory)	70
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	70
E. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	74
1. Operating Budget	74
2. Cash Flow Projection	76
3. Pengaruh Makro Ekonomi	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 Daftar Pesaing Bisnis “oadlie”	5
1. 2 Pernyataan Ahli Terhadap Perencanaan Bisnis “oadlie”	8
1. 3 <i>Business Modal Canvas</i>	14
1. 4 <i>SWOT Analysis</i>	21
1. 5 Spesifikasi Produk	28
2. 1 Menu Varian Minuman “oadlie”	28
2. 2 <i>Recipe Costing & Selling Price Menu</i>	33
2. 3 Analisa Keunggulan Produk Bisnis “oadlie”	34
2. 4 Analisa Keunggulan Produk Kompetitor	34
2. 5 Aspek Yang Dibutuhkan Untuk Produksi	36
2. 6 Kapasitas Produksi	39
2. 7 Rencana Produksi	39
2. 8 Jadwal <i>Quality Check</i>	45
3. 1 Analisa Bisnis “oadlie” Dari Segi Pemasaran	51
3. 2 Analisa Kompetitor Dari Segi Pemasaran	51
3. 3 Program Pemasaran Bisnis “oadlie”	53
3. 4 Proyeksi Penjualan Bisnis “oadlie”	56
4. 1 Data Diri <i>Owner/Founders</i>	57
4. 2 Kriteria Karyawan Di Bisnis “oadlie”	59
4. 3 Uraian Tugas Di Bisnis “oadlie”	60
4. 4 Anggaran Upah Karyawan “oadlie”	61
4. 5 Rancangan Kegiatan Bisnis “oadlie”	63
5. 1 <i>Tangible Investment</i> Bisnis “oadlie”	65
5. 2 <i>Intangible Investment</i> Bisnis “oadlie”	67
5. 3 <i>Working Capital</i> Bisnis “oadlie”	67
5. 4 <i>Total Investment</i> Bisnis “oadlie”	70
5. 5 <i>Variable Cost</i> Bisnis “oadlie”	71
5. 6 <i>Fixed Cost</i> Bisnis “oadlie”	71
5. 7 <i>Mixed Cost</i> Bisnis “oadlie”	71
5. 8 <i>Cost Volume Profit</i> Bisnis “oadlie”	74
5. 9 <i>Income Statement</i> Bisnis “oadlie”	75
5. 10 <i>Cashflow Projection</i> Bisnis “oadlie”	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 1 Logo Bisnis “oadlie”	15
1. 2 Lokasi Produksi	17
1. 3 Bangunan Produksi.....	17
1. 4 Area Dapur Produksi	17
2. 1 <i>Menu List</i> “oadlie”	32
2. 2 Kemasan	40
2. 3 Label Varian <i>Lemon Oatmilk Tea</i>	41
2. 4 Label Varian <i>Matcha Oatmilk Latte</i>	42
2. 5 Label Varian <i>Cinnamon Oatmilk</i>	42
2. 6 Label Varian <i>Coffee Oatmilk</i>	42
2. 7 Label Varian <i>Chocolate Oatmilk</i>	42
2. 8 Label Varian <i>Taro Oatmilk Latte</i>	43
2. 9 Label Varian <i>Charcoal Oatmilk Latte</i>	43
2. 10 Label Varian <i>Rose Oatmilk Tea</i>	43
3. 1 Sosial Media Bisnis “oadlie”	55
3. 2 Akun <i>Platform</i> Online Bisnis “oadlie”	55
4. 1 Struktur Organisasi Bisnis “oadlie”	58
4. 2 <i>Layout</i> Dapur Produksi “oadlie”	62
5. 1 Break Even Point Bisnis “oadlie”	72

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : “oadlie”

Lokasi : Jl. Villa Duta no 19, Ciwaruga, Parongpong, Kabupaten Bandung
Barat

Tema : Bisnis Plan

Logo :



Penjelasan Singkat :

“oadlie” merupakan bisnis yang bergerak di bidang minuman. Menjual produk yang mengandung susu oat pada tiap varian menunya dengan menggunakan metode *clarified*. Tujuan dari bisnis ini untuk membantu masyarakat memulai hidup sehat dengan cara mengenalkan salah satu produk yang terkenal sehat dikonsumsi dalam bentuk minuman kekinian. Nama “oadlie” merupakan nama bisnis yang diberi penulis yang terinspirasi dari 2 unsur yaitu nama panggilan penulis yaitu “odi” dan kata “oat”. Harapan besar bisnis “oadlie” dapat membantu masyarakat yang mempunyai kendala dalam menerapkan hidup sehat.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A., Destrina. (2022). *Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 6(1):647-68.
- Anastasya, Annisa. (2023). *Sudah Tahu Belum? Pentingnya Label pada Produk untuk Perkuat Brand dan Tingkatkan Omzet UMKM. Ukm Indonesia*, <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/sudah-tahu-belum-pentingnya-label-pada-produk-untuk-perkuat-brand-dan-tingkatkan-omzet-umkm>. Diakses pada tanggal 10 Maret 2025.
- Anggela, Ni Luh. (2024). *Kemendag Ramal Transaksi E-Commerce di RI Tembus Rp533 Triliun. Kementrian Perdagangan Republik Indonesia*, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-ramal-transaksi-e-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun> Diakses pada tanggal 14 Maret 2025.
- Atrill, P., & McLaney, E. (2019). *Accounting and Finance for Non-specialists* (11th ed.). Pearson
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2025). *Ekonomi Kota Bandung Tahun 2024 Tumbuh 4,99 Persen*. <https://bandungkota.bps.go.id/id/pressrelease/2025/03/03/1624/ekonomi-kota-bandung-tahun-2024-tumbuh-4-99-persen-.html>. Diakses pada tanggal 11 Juni 2025.
- Budi, Johan. (2022). *Pentingnya Kemasan Produk untuk Usaha. Sobat Pajak*, <https://www.sobatpajak.com/article/62b982b81f70cd04219527dd/Pentingnya%20Kemasan%20Produk%20untuk%20Usaha>. Diakses pada 10 April 2025.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Untuk Mahasiswa dan Peneliti Pemula*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chakti, Andi Gunawan. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. Penerbit: Celebes Media Perkasa.
- Cooper, R. G. (2011). *Winning at new products: Creating value through innovation*. Basic Books.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Stone, S. (2018). *Food and Beverage Management* (6th ed.). London: Routledge.
- Fraser, L. M., & Ormiston, A. (2016). *Understanding Financial Statements* (11th ed.). Pearson.
- Fuady, M. (2013). *Teori-Teori Besar (Grand Theory) dalam Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.

- Hadinata, Faris. (2024). *Transformasi Digital: Trend dan Tantangan di Era Teknologi Informasi*. Telkom University, <https://bit.telkomuniversity.ac.id/transformasi-digital-tren-dan-tantangan-di-era-teknologi-informasi/>. Diakses pada tanggal 14 Febuari 2025.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2015). *Cost Management: Accounting and Control* (7th ed.). Cengage Learning
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management* (12th ed.). Pearson.
- Hilton, R. W. & Platt, D. E. (2014). *Managerial Accounting: Creating Value in a Dynamic Business Environment* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kalungan, T. R., Ilat, V., Gamaliel, H. (2017). *Perlakuan Akuntansi Capital Expenditure dan Revenue Expenditure Pada PT. Putra Karangetang*. *Jurnal: Riset Akuntansi Going Concern* 12(2), 2017, 1044-1054.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2010). *Intermediate Accounting*. Jakarta: Erlangga.
- Kirana. (2024). *Pengertian CV perusahaan dan Bagaimana Cara Kerjanya?*. *Kontrak Hukum*, <https://kontrakhukum.com/article/pengertian-cv-perusahaan-dan-bagaimana-cara-kerjanya/>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2025.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2019). *“Marketing: An Introduction”*. New York: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, Philip. (2017). *Marketing for Competitiveness*. Bandung: Mizan Media Utama
- Kurniawan, Dedi. (2013). *Kupas tuntas bisnis & penghasilan online*. Elex Media Komputindo.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2012). *Marketing* (11th Edition). Cengage Learning.
- London, Jaclyn. (2022). *Is Oat Milk Good for You? Here’s What You Need to Know, According to a Nutritionist*. *Good Housekeeping*, <https://www.goodhousekeeping.com/health/diet-nutrition/a27079365/oat-milk-nutrition/>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2025.
- Malline. (2024). *Kesadaran Kesehatan Masyarakat Indonesia Meningkat Pasca Pandemi*. Diakses pada tanggal 24 Maret 2025.

- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Macroeconomics (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Mastiyanto, Andri. (2020). 5 DAMPAK POSITIF SEJAK PANDEMI COVID 19 HADIR. *Kemenkes RSKO Jakarta*, <https://rsko-jakarta.com/news/view/94>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2025.
- Muchram, Muchriana. (2024). ANALISIS HUBUNGAN LATAR BELAKANG PENDIDIKAN, VISI MISI DAN BERITA MEDAI ONLINE CAPRES 2024 TERHADAP PASAR MODAL. *Jurnal: Media Akademik (JMA)*.
- Newman, A., & Ober, S. (2012). *Business communication: In person, in print, online*. Cengage South-Western.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Pusparisa, Yosepha. (2021). Efisien dan Diskon Jadi Alasan Konsumen Belanja Daring. *databoks*, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/101621cfb478e24/efisien-dan-diskon-jadi-alasan-konsumen-belanja-daring>. Diakses pada tanggal 14 Maret 2025
- Raeburn, Alicia. (2025). Analisis SWOT: Arti dan cara menggunakannya (beserta contoh). *Asana*, <https://asana.com/id/resources/swot-analysis>. Diakses pada tanggal 9 Maret 2025.
- Rangkuti, Freddy. (2019). Analisis SWOT: Teknik membedah Kasus Bisnis (cara perhitungan Bobot, rating, dan OCAI). PT Gramedia Pustaka Umum. Diakses pada tanggal 8 April 2025.
- S, Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Kiat & Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santoso, T., Maulina, A., Utami, R. A. (2023). *Manajemen Operasional*. Penerbit: Widina Media Utama
- Savitri, Enni, (2016). *Penganggaran Perusahaan II*. Universitas Riau.
- Shafira, Annisa. (2021). Bagaimana Bentuk Dapat Mempengaruhi Strategi Branding dan Marketing. *Krona.*, <https://www.goodhousekeeping.com/health/diet-nutrition/a27079365/oat-milk-nutrition/>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2025.
- Sugiam, A. Gima. (2013). *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. In Edisi Pertama. Guardaya Intimarta.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Tim Kerja Hukum & Hubungan Masyarakat RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta. (2022). *Kenali Alergen pada Produk Pangan*. *Kemenkes RS Sardjito*, <https://sardjito.co.id/2022/06/20/kenali-alergen-pada-produk-pangan/>. Diakses pada 10 April 2025.

- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran Strategik (2nd ed.)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- West, D., Ford, J., & Ibrahim, E. (2015). *Strategic Marketing: Creating Competitive Advantage (3rd ed.)*. Oxford University Press.
- Winarno, F.G. (2012). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wisnu, A. (2019). "Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Ekonomi STIE Kesatuan*, 7(1), 42-51.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D.D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.

