

PERENCANAAN BISNIS *CUP COOKIES* DI KOTA BANDUNG

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

TRIXIE VALERIE KURNIADI

Nomor Induk: 2022411005

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI
SENI PENGOLAHAN PATISERI**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2025

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Trixie Valerie Kurniadi
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 21 Juli 2004
NIM : 2022411005
Program Studi : Seni Pengolahan Patiseri
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul:
PERENCANAAN BISNIS *CUP COOKIES* DI KOTA 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 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 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, 15 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Trixie Valerie Kurniadi

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS *CUP COOKIES* DI KOTA BANDUNG

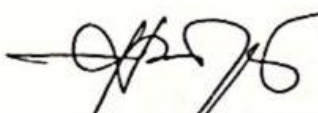
NAMA : Trixie Valerie Kurniadi

NIM : 2022411005

JURUSAN : Hospitaliti

PROGRAM STUDI : Seni Pengolahan Patiseri

Pembimbing Utama,


Warta, S. Pd., M. Pd.
NIP. 197006111998031001

Pembimbing Pendamping,


Dr. Lien Maulina, S. Sos., M.Pd.
NIP. 196012021982032001

Bandung, 10 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

PERENCANAAN BISNIS *CUP COOKIES* DI KOTA BANDUNG

NAMA : Trixie Valerie Kurniadi
NIM : 2022411005
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Seni Pengolahan Patiseri

Pembimbing Utama,



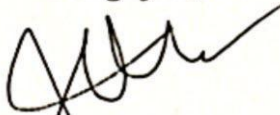
Warta Smirat, S. Pd., M. Pd.
NIP. 19700611 199803 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Lien Maulina, S. Sos., M. Pd.
NIP. 196012021 198203 2 001

Penguji I,



Djauhar Arifin, S. ST. Par., M. M.
CPM (Asia)
NIP. 19590713 199103 1 001

Penguji II,

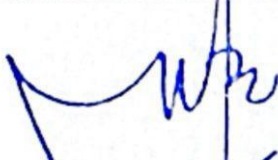


Dr. Teddy Chandra, S. Sos., M. Pd.
NIP. 19820707 201101 1 005

Bandung, 25 Juli 2025

Mengetahui,

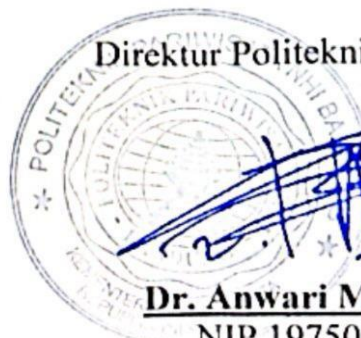
Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



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

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “PERENCANAAN BISNIS *CUP COOKIES* DI KOTA BANDUNG.” ini dapat disusun dengan baik. Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Diploma III Program Studi Seni Pengolahan Patiseri, Jurusan Hospitaliti, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung mau pun tidak langsung. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par. 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 Pudín Saepudin, S. ST. Par., MP. Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti.
4. Ibu Selvi Novianti SST. Par., M. Sc., selaku Ketua Program Studi Seni Pengolahan Patiseri.
5. Bapak Warta Sumirat, S. Pd., M. Pd. selaku pembimbing utama penulis yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
6. Ibu Dr. Lien Maulina, S. Sos., M, Pd. selaku pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh dosen dan staff pengajar Program Studi Seni Pengolahan Patiseri Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
8. Kedua orang tua dan kakak penulis yang telah mendukung penulis sepanjang penyelesaian Tugas Akhir ini.

9. Teman-teman Seni Pengolahan Patiseri, terkhusus teman-teman dari *Pastry Bageur* (6B) yang saling mendukung dan menguatkan selama penulisan Tugas Akhir ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis mengalami sejumlah kesulitan, sehingga masih memiliki banyak kekurangan baik dalam penulisan maupun dalam kejelasan materi yang disampaikan. Penulis juga sadar bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi orang yang membutuhkannya.

Bandung, 25 Juli 2025

Trixie Valerie Kurniadi
NIM. 2022411005

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis	4
1.2.1 Deskripsi Bisnis	4
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama	5
1.2.3 Identitas Bisnis	6
1.3 Visi dan Misi	6
1.4 Analisis <i>SWOT</i>	7
1.5 Spesifikasi Produk	9
1.6 Jenis Badan Usaha	10
1.7 Aspek Legalitas	11
BAB II RENCANA PRODUK	14
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk	18
2.2 Analisis Keunggulan Produk	29
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	30
2.4 Penyajian dan Kemasan Produk	34
2.5 Mekanisme <i>Quality Check</i>	36
BAB III RENCANA PEMASARAN	46
3.1 Riset Pasar	47
3.3.1 Segmentasi Pasar	47
3.3.2 Target Pasar	52
3.3.3 <i>Positioning</i>	55
3.2 Validasi Produk dan <i>Market Fit</i>	52
3.3 Kompetitor	55
3.4 Program Pemasaran	57
3.5 Media Pemasaran	60
3.6 Proyeksi Penjualan	62
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	65
4.1 Identitas Pemilik	65
4.2 Struktur Organisasi	66
4.3 <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	67
4.4 Anggaran Tenaga Kerja	68
4.5 <i>Service Scape</i>	69
4.6 <i>Action Plan & Report</i>	80
BAB V ASPEK KEUANGAN	82
5.1 Metode Pencatatan Akuntansi	82
5.2 <i>Capital Expenditure</i>	84
5.2.1 <i>Tangible Investment</i>	82
5.2.2 <i>Intangible Investment</i>	84

5.3 <i>Time Value of Money</i>	91
5.4 Pendanaan Investasi	93
5.5 Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	95
5.5.1 Titik Impas (<i>Break Even Point</i>)	93
5.5.2 Laba yang Diharapkan (<i>Desired Profit</i>)	957
5.6 Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	99
DAFTAR PUSTAKA	1002
BIODATA PENULIS	1007
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

TABEL 1. <i>SWOT CUPKIES</i>	8
TABEL 2. ANALISIS STRATEGI SWOT	9
TABEL 3. STANDAR RESEP <i>S'MORES CUP COOKIES</i>	20
TABEL 4. <i>FOOD COSTING S'MORES CUP COOKIES</i>	22
TABEL 5. STANDAR RESEP <i>BROWNIES CHEESECAKE CUP COOKIES</i>	23
TABEL 6. <i>FOOD COSTING BROWNIES CHEESECAKE CUP COOKIES</i>	25
TABEL 7. STANDAR RESEP <i>CREME BRULEE CUP COOKIES</i>	27
TABEL 8. <i>FOOD COSTING CREME BRULEE CUP COOKIES</i>	28
TABEL 9. JENIS PRODUK, JUMLAH PRODUKSI, DAN JADWAL PRODUKSI	31
TABEL 10. PENGELOLAAN TENAGA KERJA	32
TABEL 11. KEBUTUHAN BAHAN BAKU	33
TABEL 12. BIAYA BAHAN BAKU	34
TABEL 13. TARGET PASAR <i>CUPKIES</i>	50
TABEL 14. HASIL KUISIONER VALIDASI PRODUK	52
TABEL 15. PROGRAM PEMASARAN	58
TABEL 16. STRATEGI KONTEN	62
TABEL 17. PROYEKSI PENJUALAN <i>CUPKIES</i>	63
TABEL 18. PROYEKSI PENDAPATAN	64
TABEL 19. <i>JOB ANALYSIS</i> DAN <i>JOB DESCRIPTION</i>	67
TABEL 20. ANGGARAN TENAGA KERJA PER BULAN	69
TABEL 21. <i>ACTION PLAN</i>	80
TABEL 22. RINCIAN LAHAN	71
TABEL 23. PERBEDAAN <i>CASH BASIS</i> DAN <i>ACCRUAL BASIS</i>	83
TABEL 24. PERTIMBANGAN PEMILIHAN METODE PENCATATAN AKUNTANSI	83
TABEL 25. <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	85
TABEL 26. DEPRESIASI <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	88
TABEL 27. <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	90
TABEL 28. AMORTISASI <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	90
TABEL 29. INFLASI DI INDONESIA	92
TABEL 30. <i>TIME VALUE OF MONEY CUPKIES</i>	92
TABEL 31. INVESTASI <i>CUPKIES</i>	93
TABEL 32. <i>FIXED COST</i>	96
TABEL 33. <i>VARIABLE COST</i>	96
TABEL 34. TITIK IMPAS	97
TABEL 35. <i>RETURN ON INVESTMENT</i>	98
TABEL 36. <i>PAYBACK PERIOD</i>	98
TABEL 37. <i>CASH FLOW</i>	99
TABEL 38. <i>INCOME STATEMENT</i>	100

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. GRAFIK JUMLAH WISATAWAN KOTA BANDUNG	1
GAMBAR 2. HAL YANG PALING MENARIK DI KOTA BANDUNG	2
GAMBAR 3. LOGO <i>CUPKIES</i>	5
GAMBAR 4. <i>S'MORES CUP COOKIES</i>	19
GAMBAR 5. ISI <i>S'MORES CUP COOKIES</i>	19
GAMBAR 6. <i>BROWNIES CHEESECAKE CUP COOKIES</i>	23
GAMBAR 7. ISI <i>BROWNIES CHEESECAKE CUP COOKIES</i>	23
GAMBAR 8. <i>CREME BRULEE CUP COOKIES</i>	26
GAMBAR 9. ISI <i>CREME BRULEE CUP COOKIES</i>	26
GAMBAR 10. KEMASAN <i>CUPKIES</i>	35
GAMBAR 11. KEMASAN <i>CUPKIES</i> YANG DIBUKA	35
GAMBAR 12. STRUKTUR ORGANISASI <i>CUPKIES</i>	66
GAMBAR 13. TOKO <i>CUPKIES</i>	71
GAMBAR 14. RINCIAN LAHAN BANGUNAN	72
GAMBAR 15. <i>OPEN KITCHEN AREA</i>	73
GAMBAR 16. KASIR DAN <i>DISPLAY AREA</i>	74
GAMBAR 17. <i>TORCH AREA</i>	74
GAMBAR 18. <i>PICK UP AREA</i>	75
GAMBAR 19. <i>INDOOR SITTING AREA</i>	76
GAMBAR 20. <i>INDOOR SITTING AREA</i>	76
GAMBAR 21. <i>INDOOR SITTING AREA</i>	77
GAMBAR 22. <i>OUTDOOR SITTING AREA</i>	77
GAMBAR 23. <i>OUTDOOR SITTING AREA</i>	78
GAMBAR 24. <i>TOILET AREA</i>	78
GAMBAR 25. <i>STAFF AREA</i>	79

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1995). *Strategic Market Management*. New Jersey: Wiley.
- Ambarwati, S., & Annaningsy, C. (2020). The functions of advertisement slogan in the billboard. *RADIANT: Journal of Applied, Social, and Education Studies*, 1(1), 37-42.
- American Marketing Association. (2013). Definition of marketing. Diakses 12 Mei 2025, dari <https://www.ama.org>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Indikator Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2024). Jumlah Wisatawan Menurut Jenis (Jiwa). Diakses 7 Maret 2025, dari <https://bandungkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjUxIzl=/jumlah-wisatawan-menurut-jenis.html>
- Bandung. (2024). Pemerintah Kota Bandung. Diakses 5 Maret 2025, dari <https://bandung.go.id/about>
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (SEKI)*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Bola.com. (2023). Pengertian perencanaan produksi, tujuan, fungsi, unsur, jenis, dan langkah-langkahnya. Diakses 2 April 2025, dari <https://www.bola.com/ragam/read/5375576/pengertian-perencanaan-produksi-tujuan-fungsi-unsur-jenis-dan-langkah-langkahnya>
- Bragg, S. M. (2010). *Cost Reduction Analysis: Tools and Strategies*. New Jersey: Wiley.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (6th ed.). London: Pearson Education.
- CPSSoft. (2019). Pengertian analisis SWOT. Diakses 14 Maret 2025, dari <https://cpssoft.com/bisnis/pengertian-analisis-swot/>

- Departemen Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 39.
- Drury, C. (2013). *Management and Cost Accounting* (8th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2015). *Managerial Accounting* (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Harahap, M. Y. (2011). *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2007). *Managerial Accounting* (8th ed.). Cincinnati: Thomson South-Western.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2012). *Strategic Management: An Integrated Approach* (10th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., Elliott, J. A., & Philbrick, D. R. (2013). *Introduction to Financial Accounting* (11th ed.). London: Pearson Education.
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2002). *Introduction to Management Accounting* (12th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4), 246–259.
- IAI (Ikatan Akuntan Indonesia). (2015). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 2 tentang Laporan Arus Kas*. Jakarta: IAI.
- IAI (Ikatan Akuntan Indonesia). (2015). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 16: Aset Tetap*. Jakarta: IAI.
- IAI (Ikatan Akuntan Indonesia). (2015). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 19: Aset Takberwujud*. Jakarta: IAI.
- Jones, G. R. (2010). *Organizational Theory, Design, and Change* (6th ed.). London: Pearson Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kasmir. (2013). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

- Kartajaya, H. (2006). *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2013). *Intermediate Accounting* (15th ed.). New Jersey: Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London: Pearson Education.
- Kusuma, H. (2004). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi* (Ed. 3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Labensky, S. R., Martel, P. A., & Damme, E. V. (2016). *On Baking* (4th ed.). London: Pearson Education.
- Mahkamah Agung. (2015). *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang*. Jakarta.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. London: Pearson Education.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2006). *Human Resource Management* (11th ed.). Thomson South-Western.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nidar, S. R., Sutisna, & Firmansyah, E. A. (2018). Kunjungan wisatawan dan bisnis kuliner di Kota Bandung. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 52-65.
- Nugraha, Y., Wissen, S., & Kurniawan, S. (2024). Food Consumption Behavior in Bandung Post COVID-19 Pandemic Emergence. *Journal of Management and Business Review*, 21(1), 34-50.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition* (13th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Raharjo, H. (2012). *Hukum Perusahaan*. Yogyakarta: MedPress Digital.
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. New York: Crown Publishing.

- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2012). *Corporate Finance*. New York: McGraw-Hill.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A. (2017). Mendesain Logo. *Jurnal TANRA*, 6(3).
- Scarborough, N. M. (2011). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. London: Pearson Education.
- Simamora, B. (2003). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Suas, M. (2008). *Advanced Pastry*. Boston: Cengage Learning.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Pendekatan Praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Terry, G. R. (2006). *Principles of Management*. Toronto: Irwin.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (2003). *Strategic Management: Concepts and Cases*. New York: McGraw-Hill.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, P. D. Y. (2020). Pengaturan pendaftaran badan usaha bukan badan hukum melalui sistem administrasi badan usaha. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(1), 1-19.
- Usaha, L. B. (2022). Bentuk-bentuk badan usaha. *Kewirausahaan (E-Bisnis Dan E-Commerce)*, 263.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. (2014). *Accounting Principles* (12th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Werther, W. B., & Davis, K. (1996). *Human Resources and Personnel Management* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Wijayati, H. (2019). *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis: Jangan Buat Strategi Bisnis Sebelum Baca Buku Ini*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Wild, J. J., Subramanyam, K. R., & Halsey, R. F. (2007). *Financial Statement Analysis* (9th ed.). New York: McGraw-Hill.