

PERENCANAAN BISNIS “HEAVENLY BITES”

MOCHI EGG TART SHOP DI KOTA BANDUNG

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh studi pada

Program Diploma III



Disusun oleh:

SHANIA MULIAWAN TEJA

NIM : 2022411024

PROGRAM STUDI SENI PENGOLAHAN PATISERI

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Shania Muliawan Teja
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung/16 Agustus 2004
NIM : 2022411024
Program Studi : Seni Pengolahan Patiseri
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
PERENCANAAN BISNIS "HEAVENLY BITES" MOCHI EGG TART SHOP 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/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, 10 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Shania Muliawan Teja

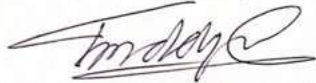
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

PERENCANAAN BISNIS "HEAVENLY BITES" MOCHI EGG TART SHOP DI KOTA BANDUNG

NAMA : SHANIA MULIAWAN TEJA
NIM : 2022411024
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, M.M.
NIP. 19620901 198703 1 001

Bandung, 10 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS "HEAVENLY BITES" MOCHI EGG TART SHOP DI KOTA BANDUNG

NAMA : SHANIA MULIAWAN TEJA
NIM : 2022411024
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



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

Pembimbing Pendamping,



Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, M.M.
NIP. 19620901 198703 1 001

Penguji I,



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

Penguji II,

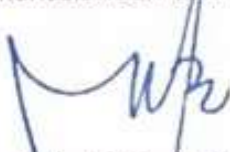


Sandra Sanggramasari, SE., M.Sc.
NIP. 19860405 201101 2 008

Bandung, 10 Desember 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 Masatif, M.M.Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan Tugas Akhir yang berjudul “PERENCANAAN BISNIS MOCHI EGG TART DI KOTA BANDUNG” ini dengan maksimal dan tepat waktu. Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis tak lepas dari pihak-pihak yang telah membantu dari awal hingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih 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 Akademi Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par, MM.Par. selaku Ketua Jurusan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Selvi Novianti, SST.Par., MM.Par. CHE. selaku Ketua Program Studi Seni Pengolahan Patiseri.
5. Bapak Dr. Teddy Chandra, S.Sos., M.Pd. selaku pembimbing utama yang telah berjasa dalam memberikan arahan serta saran kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Dr. Wisnu Bawa Tarunajaya, SE., M.M. selaku pembimbing pendamping yang telah berjasa dalam memberikan masukan dan ide kepada penulis selama penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh dosen dan staf Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah menyalurkan ilmu dan doa bagi penulis.
8. Bapak Benny Indrawan Teja dan Ibu Herina selaku orang tua tercinta yang senantiasa mendukung secara finansial dan doa untuk kelancaran di sepanjang perkuliahan hingga penulisan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan ‘*Hipster Gang*’, diantaranya Belicia, Meisya, Vanessa, Laras dari SMA Santa Maria 1 yang memberikan masukan

dan juga motivasi kepada penulis dari awal hingga mampu menyelesaikan perkuliahan dan Tugas Akhir.

10. Rekan-rekan dari Pastrophile 6A yang saling mendukung untuk menyelesaikan Tugas Akhir bersama.

Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh studi Diploma III Seni Pengolahan Patiseri di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Tugas akhir ini membahas perencanaan bisnis Mochi Egg Tart dengan brand ‘‘Heavenly Bites’’ di Kota Bandung.

Penulis menyadari jika dalam penulisan Tugas Akhir ini masih terdapat kelemahan. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf apabila masih ada kesalahan kata yang kurang berkenan di hati pembaca dan berharap adanya kritik dan saran demi perbaikan karya yang akan datang.

Bandung, 04 November 2025

Shania Muliawan Teja

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	x
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Usaha	9
a) Deskripsi Umum Bisnis	9
b) Deskripsi Logo dan Nama.....	10
c) Identitas Bisnis	11
C. Visi dan Misi	15
a) Visi	16
b) Misi	16
D. SWOT <i>Analysis</i>	17
E. Spesifikasi Produk	26
F. Jenis/Badan Usaha	29
G. Aspek Legalitas	31
BAB II ASPEK PRODUK	33
A. Daftar dan Deskripsi Produk	33
B. Analisis Keunggulan Produk	36
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	37
D. Penyajian dan Kemasan Produk	39
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	40
BAB III RENCANA PEMASARAN	45

A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>)	45
B. Validasi Produk (<i>Market Fit</i>)	48
C. Kompetitor	54
D. Program Pemasaran	56
E. Media Pemasaran	60
F. Proyeksi Penjualan	61
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	65
A. Identitas <i>Owner</i>	65
B. Struktur Organisasi	66
C. <i>Job Analysis & Job Description</i>	67
D. <i>Manning Budget</i>	70
E. <i>Service Scope (Layout/Flow)</i>	71
F. <i>Action Plan & Report</i>	73
BAB V ASPEK KEUANGAN	77
A. Metode Pencatatan Akuntansi	77
a. <i>Cash Basis</i>	77
b. <i>Accrual Basis</i>	78
B. <i>Capital Expenditure</i>	78
a. <i>Tangible Investment</i>	79
b. <i>Intangible Investment</i>	86
c. <i>Working Capital</i>	88
d. <i>Summary Investment</i>	90
C. Time Value of Money	90
a. <i>Present Value</i>	91
b. <i>Future Value</i>	91
D. Pendanaan Investasi	94
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	95
a. <i>Variable Cost, Fixed Cost, Mixed Cost</i>	95
b. <i>Break Even Point (BEP)</i>	104
c. <i>Cost Volume Profit (CVP)</i>	107
F. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	108

a. <i>Operating Budget</i>	108
b. <i>Cash Flow Projection</i>	110
c. Pengaruh Makro Ekonomi	113
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kios <i>Pastry</i> di Kota Bandung	7
Tabel 1.2 Perbandingan SWOT Heavenly Bites dengan Kompetitor	19
Tabel 1.3 Analisis SWOT Heavenly Bites.....	20
Tabel 1.4 Perhitungan Analisis SWOT.....	24
Tabel 1.5 Spesifikasi Produk Heavenly Bites.....	27
Tabel 2.1 Deskripsi Produk Heavenly Bites.....	34
Tabel 2.2 Target Penjualan Produk.....	39
Tabel 2.3 Contoh Desain Kemasan Produk Heavenly Bites.....	41
Tabel 2.4 <i>Quality Control</i> Toko Heavenly Bites.....	43
Tabel 3.1 Validasi <i>Market Fit</i> Heavenly Bites (N=33).....	48
Tabel 3.2 Survei Validasi Produk.....	52
Tabel 3.3 Daftar Kompetitor di Sekitar JL.R.E.Martadinata	54
Tabel 3.4 Proyeksi dan Biaya Pemasaran Heavenly Bites.....	58
Tabel 3.5 Proyeksi Penjualan Heavenly Bites.....	63
Tabel 4.1 Waktu Kerja dan <i>Job Description</i>	68
Tabel 4.2 <i>Manning Budget</i> Heavenly Bites.....	70
Tabel 4.3 Rincian Luas Bangunan Kios Heavenly Bites.....	71
Tabel 4.4 <i>Work Timeline</i> Heavenly Bites.....	74
Tabel 5.1 <i>Equipment Tangible Investment</i>	80
Tabel 5.2 <i>Interior Tangible Investment</i>	85
Tabel 5.3 <i>Intangible Investment</i> Heavenly Bites.....	87

Tabel 5.4 <i>Working Capital</i> Heavenly Bites.....	88
Tabel 5.5 <i>Summary Investment</i> Heavenly Bites.....	90
Tabel 5.6 <i>Time Value of Money</i> Heavenly Bites.....	92
Tabel 5.7 <i>Risk Free Yield</i> Heavenly Bites.....	93
Tabel 5.8 <i>Pendanaan Investasi</i> Heavenly Bites.....	95
Tabel 5.9 <i>Variable Cost</i> Heavenly Bites.....	96
Tabel 5.10 <i>Recipe Costing</i> Portuguese Mochi Egg Tart.....	98
Tabel 5.11 <i>Recipe Costing</i> Pandan Coconut Mochi Egg Tart	99
Tabel 5.12 <i>Recipe Costing</i> Regal Cheese Mochi Egg Tart.....	100
Tabel 5.13 <i>Recipe Costing</i> Mascarpone Tiramisu Mochi Egg Tart.....	101
Tabel 5.14 <i>Fixed Cost</i> Heavenly Bites Per Tahun	102
Tabel 5.15 <i>Mixed Cost</i> Heavenly Bites Per Tahun	102
Tabel 5.16 <i>Cost Volume Profit</i> Heavenly Bites.....	107
Tabel 5.17 <i>Income Statement</i> Heavenly Bites.....	109
Tabel 5.18 <i>Operating Budget/Expenses</i> Heavenly Bites.....	110
Tabel 5.19 <i>Cash Flow Projection</i> Heavenly Bites.....	111
Tabel 5.20 <i>Payback Period</i> Heavenly Bites	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Usaha <i>F & B</i> di Kota Bandung (2020-2024)	2
Gambar 1.2 Jumlah Wisatawan di Kota Bandung	3
Gambar 1.3 Logo Heavenly Bites	11
Gambar 1.4 Daerah Kuliner Populer di Sekitar Kota Bandung	13
Gambar 1.5 Lokasi Toko Heavenly Bites	14
Gambar 1.6 Karakteristik UMKM Menurut Beberapa Organisasi	30
Gambar 3.1 Diagram Penjualan Heavenly Bites	62
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Heavenly Bites	67
Gambar 4.2 <i>Floor Plan</i> Kios Heavenly Bites	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Business Model Canvas</i>	124
Lampiran 2 Hasil Survei Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	125
Lampiran 3 Biodata Penulis.....	127
Lampiran 4 Daftar Bimbingan Tugas Akhir	128
Lampiran 5 Laporan Turnitin	129

EXECUTIVE SUMMARY



Heavenly Bites merupakan toko berbentuk kios yang akan berdiri di kawasan Jl. Martadinata, Bandung dengan berfokus pada konsep penjualan *grab & go* pada penjualan varian egg tart. Produk *pastry* ini dikombinasikan dengan produk mochi sehingga menghasilkan kombinasi *dessert* yang unik dan menarik minat konsumen. Produk ini menggabungkan *custard* yang bertekstur *soft & creamy*, *puff pastry* yang *buttery, crispy & flaky* dengan mochi yang bertekstur *chewy*. Heavenly Bites bertujuan menjadi toko egg tart favorit di Bandung yang spesifik menyajikan produk tart dengan rasa yang dapat diterima oleh masyarakat luas.

Menilik tingginya minat masyarakat dalam mencoba kombinasi *dessert* baru dan pengalaman yang berbeda namun memiliki rasa yang memuaskan, bisnis Heavenly Bites memiliki potensi untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan segmentasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R. & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah* 6(1), 676. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 674-676.
- Ali, S., Widodo, P., Siswantini, T. dkk., (2023). Pendampingan Penyusunan Rencana Aksi (Action Plan) Bisnis Pelaku Umkm Kelompok Koperasi Berlian Tangerang Selatan. *Community Development Journal* 4(3), 5669.
- Aminudin. (2016). *Pengaruh Desain Produk dan Lokasi Usaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Tas Baleno Kabupaten Garut*. Unikom.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi.
- Andika, A. (2020). *Peran Pemilik Usaha Dalam Menumbuhkan Nilai-Nilai Karakter Pendidikan Kewirausahaan Pada Pekerja di Ud.Indo Makmur Desa Asrikaton Kecamatan Pakis Kabupaten Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Andriani, N. (2016). *Peran Wisata Kuliner Sebagai Bentuk Pembangunan Citra Destinasi di Kota Bandung*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Anggraeni, L.D., & Komariah, K. (2023). Mochi Dengan Substitusi Tepung Ketan Hitam (Meningkatkan Potensi Bahan Pangan Lokal). *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*. 17, 1.
- Anggraini, S., Sungkono, S., & Karnama, M., (2023). Peran Pemilik Usaha Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Untuk Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Ayam Geprek Sriwedari). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5).
- Aria, M., & Hidayanti, W. (2024). Analisis Potensi Pariwisata Kuliner di Kota Bandung. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Anak Usia Dini*, 1(3), 4.

- Asri, Made dkk. (2019). *Happy Sun Tart, Egg Tart dengan Penambahan Tepung Sorgum Kaya Zat Besi Bagi Wanita Usia Subur*. Institut Pertanian Bogor.
- Bahuwa, Y., Pakaya., Y., & Ismail, J. (2020). Determinasi Aset Tidak Berwujud terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2019). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 11.
- Besan, A., Hattu, F., Uktolseya, V. dkk., (2023). Analisis Laporan Laba Rugi Pt.Pos Indonesia (Persero) Analysis Income Statement Pt.Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 1(4), 203.
- Bitner, M. J., & Zethaml. (2006). Servicescape: The Impact of Physical Surroundings on Customer and Employees. *Journal of Marketing*.
- Buhr, I. (2023). "5 Jenis Egg Tart Populer, Kelezatan Boleh Diadu!". Diakses pada 1 September 2025, dari <https://www.idntimes.com/food/diet/intan-5/jenis-egg-tart-populer-c1c2>
- Cahyono, Dwi dkk. (2024). Potensi Pengembangan Usaha Mochips Mochi dengan Memanfaatkan Platform Online Food Delivery. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(1), 150.
- Clifton-Brown, J. C., & Lewandowski, I. (2000). Overwintering Problems of Newly Established Miscanthus Plantations Can be Overcome by Identifying Genotypes with Improved Rhizome Cold Tolerance. *New Phytologist*, 148(2), 287–294. <https://doi.org/10.1046/j.1469-8137.2000.00764.x>
- Dalimunthe, M., Putri, Y., & Harahap, M. (2023). Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi, Suku Bunga, PDB) Terhadap Harga Saham Sido. *Journal of Management, Economic and Accounting (JMEA)*, 2(2), 56-57.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Clara, M., & Siti, D. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. 1473–1478.
- Dwipartha, N. (2013). Pengaruh Faktor Ekonomi Makro Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*, 228-229.

- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *STIE Widya Gama Lumajang*, 2(2), 15-16.
- Fahlevi, M. R., Achmad, B. A., & Rahmawati, E. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Cafe Malam. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 10(2).
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Fatyandri, A., Susanto, S., dkk. (2023). Analisa Kompetitor hingga Dinamika Kompetitif pada Bisnis Kafe Catarina. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 220-221.
- Fikri, M., & Sahdandi, S. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Sepatu. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.60036/jbm.v1i1.5>
- Firdausya, L., & Ompusunggu, D. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Digital Abad 21. *Jurnal Talijagad* 1(3), 14-18
- Firmansyah, R. (2025). “Pesona Bandung, Surga Kuliner di Indonesia”. Diakses pada 10 Agustus 2025, dari <https://data.goodstats.id/statistic/pesona-bandung-surga-kuliner-di-indonesia-oTMd1>
- Gunawan, D. (2018). *Analisis Risk Factors terhadap Sustainability Bisnis Kuliner di Kota Bandung (Studi pada Rumah Makan, Restoran, dan Café di Kota Bandung)*. Telkom University.
- Hakim, A., Halawa, D., Perdhana, D. dkk., (2022). Peran Struktur Organisasi Terhadap Produktivitas Perusahaan pada CV. Kreasi Mandiri. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 2(2), 69.
- Henard, D. H., & Szymanski, D. M. (2001). Why Some New Products Are More Successful Than Others. *Journal of Marketing Research*, 38(3), 362–375.
- Heri. (2013). *Akuntansi Keuangan Menengah*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.

- Herlianto, D. (2011). *Teknik Penyusunan Anggaran Operasional Perusahaan*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hery. (2020). *Perencanaan Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Hery. 2012. *Cara Mudah Memahami Akuntansi (Inti Sari Konsep Dasar Akuntansi)*. Jakarta: Prenada
- Iksan. (2010). *Analisa Perencanaan Kapasitas Produksi Pada Pt. Muncul Abadi Dengan Metode Rough Cut Capacity Planning*. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Indrawati, S., & Rachmawati, A. (2021). Edukasi Legalitas Usaha Sebagai Upaya Perlindungan Hukum Bagi Pemilik UMKM. *Jurnal Dedikasi Hukum* 1(3), 231.
<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jdh/article/view/17113>
- Jalaluddin, A. (2015). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Jieying, Y. (2023). “Viral Maker of ‘Croon’ Croissant Launching S\$2 Mochi Egg Tart at Orchard Rd Pop-Up”. Diakses pada 22 Agustus 2025, dari <https://www.todayonline.com/8days/viral-maker-croon-croissant-launching-s2-mochi-egg-tart-orchard-rd-pop-2143816?>
- Johan, E., & Kodrat, D. (2019). Faktor-Faktor Pembentuk Quality Control Kesegaran Daging Pada Perusahaan Akuna. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 4(3), 418.
- Kalungan, T., Ilat, V., & Gamaliel, H. (2017). Perlakuan Akuntansi Capital Expenditure Dan Revenue Expenditure Pada Pt. Putra Karangtang. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 1045-1046.
- Kaplan, A., & Haenlein, M., (2010). Users of the World, Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kirana. (2024).”Panduan Lengkap Legalitas Bisnis di Indonesia”. Diakses pada 10 September, dari <https://kontrakhukum.com/article/panduan-lengkap-legalitas-bisnis-di-indonesia/>
- Komalasari, S., Urrahmah, N., & Maisarah, S. (2022). Analisis Jabatan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 8(1), 92.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dkk. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lengkong, A., Pontoh, W., & Kalalo, M. (2022). Analisis Cost-Volume-Profit Sebagai Alat Perencanaan Laba Jangka Pendek pada Cousin Coffee & Eatery. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 5(2), 478.
- Manuho, P., Makalare, Z., Mamangkey, T. dkk., (2021). Analisis Break Even Point (BEP). *Jurnal Ipteks Akuntansi bagi Masyarakat*, 5(1), 21-22.
- McKernan, K. J., Peckham, H. E. dkk., (2009). Sequence and Structural Variation in a Human Genome Uncovered by Short-Read, Massively Parallel Ligation Sequencing Using Two-Base Encoding. *Genome Research*, 19(9), 1527–1541. <https://doi.org/10.1101/gr.091868.109>
- Mubarok, D., & Hikmawati. (2016). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Trans Studio Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 1, 98-99.
- Muchtar, A. (2015). *Menyusun Business Plan & Rencana Aksi*. Bandung: Yrama Widya.
- Muslimin, Zainuddin, Z., & Saputra, M., (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 132-133.
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662-669.
- Narafin, M. (2007). *Penganggaran Perusahaan* (Edisi ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, & Arman H., 1995. *Perancangan & Pengendalian Persediaan*. Universitas Teknologi Sepuluh Nopember.
- Nurwahida, Hamran, R., Parmitasari, R. dkk., (2025). Pekerjaan Dan Analisis Pekerjaan (Jobs And Job Analysis). *Jurnal Edueco*, 8(1), 146-147.
- Oktaviani, N. & Yasa, P. (2022). Urgensi Legalitas Usaha Bagi Industri Kecil dan Menengah (IKM). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 10(2), 504. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPP>

- Permatasari Ago, N. A., & Iftitah, N. (2025). Peran Pelayanan dan Inovasi dalam Berkelanjutan UMKM Kios yang Berpengalaman. *Jurnal Bisnis Corporate* 10(1)
- Pramitha, D. (2016). Urgensi Perumusan Visi, Misi, dan Nilai-Nilai pada Lembaga Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Studi Pendidikan Islami*, 1(1).
- Prasetijo, Ristiyanti dkk., (2015). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Prastiwi, M. (2018). *Analisis Value Proposition Dalam Mencapai Product-Market Fit di Pasar Perdagangan Digital Indonesia (Studi pada Agen Tapp Market Indonesia di Kota Malang)*. Universitas Brawijaya
- Pricilia, T. (2016). Perlakuan Akuntansi Capital Expenditure dan Revenue Expenditure pada PT. Massindo Sinar Pratama Manado. *Jurnal Emba*, (1).
- Putra, I. (2023). *Business Model and Business Plan di Era 4.0*. Bandung: Quadrant.
- Rahmawati, Y., & Puspita, A. (2021). Metode Pencatatan dan Pengaruhnya Pada Laporan Keuangan. *Journal Of Economic and Bussiness Retail*, 1(2), 3-5.
- Rangkuti, F. (2011). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.
- Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 4. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5492.
- Rifani, M., Rosyada, F., & Suhita, S., (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Produk Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Sahmiyya*, 1(2), 230.
- Rifda. (2024). "Berbagai Jenis Izin Usaha untuk Pelaku UMKM". Diakses pada 2 September, dari <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2024/06/13/jenis-izin-usaha-umkm/>

- Riupassa, E., Kriekhoff, S., & Litamahuputty, J. (2016). Analisis Biaya Diferensial Untuk Keputusan Membuat Sendiri Atau Membeli Kemasan Pizza Tuna Pada Kelompok Usaha Bersama “Mama” Di Desa Wayame Kecamatan Teluk Ambon Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*, 5(2), 18.
- Safaruddin. (2022). Produk. *Jurnal Wirajaya*, 1(1), 3-4.
- Saputra, D., & Syafwandi, M. S. (2017). Perancangan Logo Wisata Alam Lembah Harau di Kabupaten Lima Puluh Kota. *DEKAVE: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 1–25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24036/dekave.v5i2.8286>
- Shimada, M. (2021). *Only Sold in Autumn/Winter?! Yukimi Daifuku: Uncovering Japan's Super-Popular Mochi Ice Cream Dessert*. Diakses pada 1 September 2025, dari <https://livejapan.com/en/in-tokyo/in-pref-tokyo/in-shinjuku/article-a0005058/>
- Sigit, S. (1982). *Pengantar Ekonomi Perusahaan Praktir*. Yogyakarta: Liberty.
- Suci, Y. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Cano Economos*, 6(1), 1–8. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627>
- Sugijono, S. (2016). Analisis Jabatan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Orbith*, 12(1).
- Suparji. (2015). *Transformasi Badan Hukum di Indonesia*. Jakarta: Uai Press.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan UMKM di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT* 29(1), 1-3.
- Tanjaya, Y. (2017). Analisis Pengendalian Kualitas Produksi dalam Upaya Mengurangi Tingkat Kerusakan Produk pada Perusahaan Jadoel Bakery. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 192.
- Widhiastuti, S., Yunaningsih, Y., Endang dkk., (2024). *Model Keputusan Investasi*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Wiranitania, S. A. R. R., Anandar, I., & Parmitasari, R. D. (2024). Job Analysis. *Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, 06(1), 25–34.
- Yani, A., & Ruslan, D. (2025). Pengaruh Perekonomian Mikro dan Makro terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(1), 369.

- Yudiana, F. (2013). Dimensi Waktu Dalam Analisis Time Value of Money Dan Economic Value of Time. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 136.
- Zeng, Z. (2025). "KFC Is Releasing a Sweet Pink Lychee Mochi Egg Tart Exclusively for Valentine's Day". Diakses pada 22 Agustus 2025, dari <https://girlstyle.com/sg/article/151953/kfc-lychee-mochi-egg-tart>
- Zuhroh, D. (2025). Peran Anggaran Operasional Sebagai Sarana Perencanaan Dan Pengendalian Laba (Studi Kasus Pada PT. Wen di Gresik). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3.