

**PERENCANAAN BISNIS *SOFT COOKIES* DI KOTA
BANDUNG**

TUGAS AKHIR

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



Disusun oleh :

Devina Martina

NIM : 2022441008

PROGRAM STUDI SENI PENGOLAHAN PATISERI

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS *SOFT COOKIES* DI KOTA BANDUNG

NAMA : DEVINA MARTINA
NIM : 2022441008
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI PENGOLAHAN PATISERI

Pembimbing Utama,



Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE
NIP 19670217 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



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

Bandung, 4 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

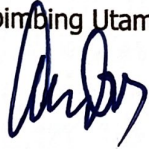
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS *SOFT COOKIES* DI KOTA BANDUNG

NAMA : Devina Martina
NIM : 2022441008
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Seni Pengolahan Patiseri

Pembimbing Utama,



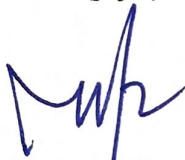
Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE.
NIP. 19670217 199303 1 001

Pembimbing Pendamping,



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

Penguji I,



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

Penguji II,



R. Arti Sufianti, S.Sos., M.Pd.
NIP. 19710626 199803 2 001

Bandung, 12 Desember 2025

Mengetahui,

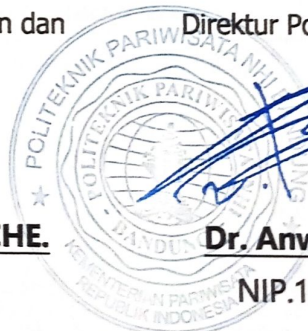
Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan
Kerjasama



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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : DEVINA MARTINA
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 11 MARET 2002
NIM : 2022441008
Program Studi : SENI PENGOLAHAN PATISERI
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

“ PERENCANAAN BISNIS SOFT 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/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, 16 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



DEVINA MARTINA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya, sehingga Tugas Akhir yang berjudul "**PERENCANAAN BISNIS *SOFT COOKIES* DI KOTA BANDUNG**" ini dapat terselesaikan. Laporan ini disusun sebagai pemenuhan salah satu syarat kelulusan program studi Diploma III Seni Pengolahan Patiseri di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Keberhasilan penyusunan Tugas Akhir ini tentu tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam 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 & Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Pudir Saepudin, SST.Par., MM.Par. selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. Ibu Selvi Novianti, SST.Par., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Seni Pengolahan Patiseri
5. Bapak Dr. Andre Hernowo, SE., M.Si., Ak., CHE., selaku pembimbing utama yang telah membimbing dalam penulisan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.

6. Bapak Warta, S. Pd., M. Pd., selaku pembimbing pendamping yang telah membimbing dalam penulisan Tugas Akhir dari awal hingga akhir.
7. Seluruh staff dan pengajar di Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan banyak ilmu serta dukungan selama penulis melaksanakan perkuliahan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
8. Orangtua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan materi untuk penulis.
9. Teman-teman sekelas “BLONDIES” dan kampus, khususnya Muna Badriyah, Dave Kayadu, Fauzi Pratama, Mutiara Divya yang berjuang bersama dalam menyelesaikan pendidikan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
10. Anna Theresia, Vincentia Marcellina, Isabella Roseline, Nadia Chryssa, Kezia Maria, Dyna Muliani, Vanessa Laurencia selaku sahabat penulis yang selalu mendukung dan menemani selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Bada Lee selaku idola, penyemangat, dan sumber motivasi penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir,
12. Teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan yang sudah mendukung dan menemani selama penulis menyelesaikan Tugas Akhir.

Bandung, 10 November 2025

Penyusun,

Devina Martina

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	xii
BAB I	1
DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Usaha	5
1. Deskripsi Umum Bisnis.....	5
2. Deskripsi Logo dan Nama	7
3. Identitas Bisnis	9
4. <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	10
C. Visi dan Misi	15
D. <i>SWOT Analysis</i>	16
E. Spesifikasi Produk.....	20

F. Jenis Usaha.....	25
G. Aspek Legalitas	25
BAB II.....	28
ASPEK PRODUK.....	28
A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	28
B. Analisa Keunggulan Produk	32
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	37
D. Penyajian dan Kemasan Produk.....	40
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	44
BAB III	46
RENCANA PEMASARAN.....	46
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>)	46
1. Segmentasi Pasar	47
2. Target Pasar	49
3. <i>Positioning</i>	50
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	51
C. Kompetitor	59

D. Program Pemasaran.....	63
E. Media Pemasaran	65
F. Proyeksi Penjualan.....	68
 BAB IV	 70
 ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	 70
A. Identitas <i>Owner / Founder</i>	70
B. Struktur Organisasi	71
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	72
D. <i>Manning Budget / Anggaran Tenaga Kerja</i>	77
E. <i>Service Scape (Layout / Flow)</i>	78
F. <i>Action Plan & Report</i>	81
 BAB V.....	 83
 ASPEK KEUANGAN	 83
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	83
1. <i>Cash Basis</i>	83
2. <i>Accrual Basis</i>	84
B. Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)	85

1. <i>Tangible Investment</i>	85
2. <i>Intangible Investment</i>	89
3. <i>Working Capital (Terminal Cash Flow)</i>	92
4. <i>Total Investment</i>	95
5. <i>Revenue Breakdown</i>	96
C. <i>Income Statement</i>	100
D. <i>Pendanaan Investasi : (Agency Theory)</i>	103
E. <i>Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan</i>	104
1. <i>Variable Cost; Fixed Cost; Mixed Cost</i>	104
2. <i>Break Even Point (BEP)</i>	109
3. <i>Cost Volume Profit (CVP)</i>	112
F. <i>Identifikasi Cash Inflow & Outflow</i>	112
1. <i>Operating Budget</i>	113
2. <i>Cash Flow Projection</i>	115
3. <i>Payback Period</i>	117
4. <i>Risk-Free Return (Pengembalian Bebas Risiko)</i>	119
5. <i>Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi;Pertumbuhan Ekonomi dll)</i>	121

DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	128
BIODATA PENULIS	132

DAFTAR TABEL

TABEL 1 ANALISIS SWOT	18
TABEL 2 ANALISIS SWOT	19
TABEL 3 SPESIFIKASI PRODUK “BIT A BITE”	23
TABEL 4 DESKRIPSI PRODUK	31
TABEL 5 ANALISIS PRODUK KOMPETITOR	34
TABEL 6 RENCANA PRODUKSI	39
TABEL 7 DETAIL KEMASAN PRODUK	41
TABEL 8 VALIDASI PRODUK	53
TABEL 9 DAFTAR KOMPETITOR “BIT A BITE”	60
TABEL 10 BIAYA PEMASARAN “BIT A BITE”	67
TABEL 11 PROYEKSI PENJUALAN “BIT A BITE”	68
TABEL 12 <i>JOB ANALYSIS</i> KARYAWAN “BIT A BITE”	73
TABEL 13 <i>JOB DESCRIPTION</i> KARYAWAN “BIT A BITE”	75
TABEL 14 ANGGARAN TENAGA KERJA “BIT A BITE”	77
TABEL 15 <i>ACTION PLAN</i> “BIT A BITE”	82

TABEL 16 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> “BIT A BITE”	86
TABEL 17 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> “BIT A BITE”	91
TABEL 18 <i>RAW MATERIAL</i> “BIT A BITE”	93
TABEL 19 <i>GROCERIES</i> “BIT A BITE”	93
TABEL 20 <i>SUPPLIES</i> “BIT A BITE”	94
TABEL 21 <i>AMENITIES</i> “BIT A BITE”	94
TABEL 22 <i>TOTAL WORKING CAPITAL</i> “BIT A BITE”	95
TABEL 23 <i>TOTAL INVESTMENT</i> “BIT A BITE”	96
TABEL 24 <i>REVENUE BREAKDOWN</i> TAHUN PERTAMA “BIT A BITE”	97
TABEL 25 <i>REVENUE BREAKDOWN</i> TAHUN KEDUA “BIT A BITE”	97
TABEL 26 <i>REVENUE BREAKDOWN</i> TAHUN KETIGA “BIT A BITE”	98
TABEL 27 <i>REVENUE BREAKDOWN</i> TAHUN KEEMPAT “BIT A BITE”	98
TABEL 28 <i>REVENUE BREAKDOWN</i> TAHUN KELIMA “BIT A BITE”	98
TABEL 29 <i>INCOME STATEMENT</i> “BIT A BITE”	101
TABEL 30 <i>VARIABLE COST</i> “BIT A BITE”	104
TABEL 31 DAFTAR <i>FIXED COST</i> “BIT A BITE”	108
TABEL 32 DAFTAR <i>MIXED COST</i> “BIT A BITE”	109

TABEL 33 <i>BREAK EVEN POINT (BEP)</i> “BIT A BITE”	110
TABEL 34 <i>OPERATING EXPENSES</i> “BIT A BITE”	113
TABEL 35 <i>CASH FLOW PROJECTION</i> “BIT A BITE”	116
TABEL 36 <i>PAYBACK PERIOD</i> “BIT A BITE”	119
TABEL 37 <i>SIMULASI RISK-FREE RETURN</i> (BUNGA 6%PER TAHUN).....	120

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 LOGO BIT A BITE.....	8
GAMBAR 2 <i>BUSINESS MODEL CANVAS</i> (BMC)	12
GAMBAR 3 STRUKTUR ORGANISASI “BIT A BITE”	72
GAMBAR 4 <i>LAYOUT</i> DAPUR DAN ALUR KERJA “BIT A BITE”	80

EXECUTIVE SUMMARY



"Bit a Bite" adalah sebuah rencana bisnis (business plan) untuk usaha soft cookie premium yang beroperasi di Kota Bandung. Bisnis ini didirikan untuk menangkap peluang besar di industri kuliner, yang didorong oleh perubahan perilaku konsumsi Generasi Z yang menjadikan camilan berkualitas sebagai bentuk self-reward. "Bit a Bite" akan beroperasi dengan model bisnis 100% online (menggunakan Instagram, TikTok, dan E-commerce) dengan sistem Pre-Order (PO) untuk meminimalisir risiko biaya. Target pasar utama adalah Generasi Z (usia 17-35 tahun), khususnya segmen Mahasiswa dan Pegawai di area Bandung.

Untuk peluncuran awal, "Bit a Bite" merilis lima varian produk dengan diferensiasi inovasi rasa, yaitu: *Classic Chocolatechip*, *Strawberry Cheesecake*, *Matcha Banana*, *Mint Choco*, dan *Salted Butterscotch Espresso*.

Sesuai dengan target pasar, identitas visual "Bit a Bite" (termasuk logo) dirancang dengan citra merek yang *fun*, *cheerful* (ceria), dan energetik. Penggunaan maskot cookie tersenyum dan palet warna merah serta krem bertujuan untuk membangun brand personality yang ramah dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674-681.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Edisi Revisi). Bandung: Alfabeta.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2023). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 10 Tahun 2023 tentang Penerapan Program Manajemen Risiko Keamanan Pangan di Sarana Produksi Pangan Olahan*.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). (2023). *Laporan Survei Nasional Kepuasan Konsumen Terhadap Makanan Ringan*. Jakarta: BPKN.
- Badan Pusat Statistik Jawa Barat. (2024). *Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) Menurut Kabupaten/Kota, 2024*. Diakses pada 10 Desember 2025, dari <https://jabar.bps.go.id/id>.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Kota Bandung Dalam Angka 2024*. Bandung: BPS Kota Bandung.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023*. BPS-Statistics Indonesia.

- Databoks. (2024). *16,71% Penduduk Kota Bandung Berpendidikan Tinggi pada Akhir 2024*. Diakses pada 10 Desember 2025, dari <https://databoks.katadata.co.id/kependudukan/statistik/3dc3b6e5b480944/1671-penduduk-kota-bandung-berpendidikan-tinggi-pada-akhir-2024>
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2024). *Marketing Strategy* (9th ed.). Cengage Learning.
- Fitriyani, S., Murni, T., Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Jurnal Management Insight* . 13(1), 47-58.
- Hassani, Y. (2024, 22 Januari). *7,7 juta wisatawan kunjungi Kota Bandung sepanjang 2023*. Detik.com. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7151129/7-7-wisatawan-kunjungi-kota-bandung-sepanjang-2023>
- IDN Research Institute. (2024). *Indonesia Gen Z Report 2024: Understanding and Uncovering the Behavior, Challenges, and Opportunities*. Jakarta: IDN Media.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Mondelez International. (2023). *The Fifth Annual State of Snacking: 2023 Global Consumer Trends Study*. Chicago: Mondelez International & The Harris Poll.

- Nafi'i, A. (2024, 25 April). *Bandung, kota dengan kuliner terbaik di ASEAN*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/bandung-kota-dengan-kuliner-terbaik-di-asean-jPGIm>
- Pemerintah Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, Nomor 93. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. (2020). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja*. Lembaran Negara RI Tahun 2020, Nomor 245. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Berusaha Berbasis Risiko*. Lembaran Negara RI Tahun 2021, Nomor 15. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara RI Tahun 2021, Nomor 17. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Putri, A. (2022). *Analisis Arus Kas dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rangkuti, F. (2020). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.

- Sari, D. N. F. (2023, 21 Desember). *Selain makanan, internet jadi prioritas pengeluaran bulanan Gen Z*. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/selain-makanan-internet-jadi-prioritas-pengeluaran-bulanan-gen-z-O8S6o>
- Sartono, A. (2018). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Silalahi, G. (2019). *Manajemen strategik*. CV. Widina Media Utama.
- Soemarso, S.R. (2019). *Akuntansi Suatu Pengantar* (Edisi 5, Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana, Y. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi 4). Jakarta: Salemba Empat.
- Taufik, M. R. (2023, 15 Juni). *Seberapa sering warga RI konsumsi makanan dan minuman manis?* Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/446547ae51c09b7/seberapa-sering-warga-ri-konsumsi-makanan-dan-minuman-manis>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip & Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijaya, S. T., & Pradana, K. (2023). Analisis Pola Konsumsi dan Faktor Penentu Pilihan Makanan pada Mahasiswa di Kota Metropolitan. *Jurnal Ilmu Pangan dan Gizi*, 5(2), 78-94.