

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI MATCHA
“CHAGAR” DI KOTA GARUT**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Diploma III**



Oleh:

REGINA MARSELINA
Nomor Induk: 2022407091

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI
TATA HIDANG**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG
2025**

SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Regina Marselina
Tempat/Tanggal Lahir : Garut, 12 Maret 2002
NIM : 2022407091
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul:
PERENCANAAN BISNIS KEDAI MATCHA “CHAGAR” DI KOTA GARUT ini 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, 9 Desember 2025
Yang membuat pernyataan,



Regina Marselina

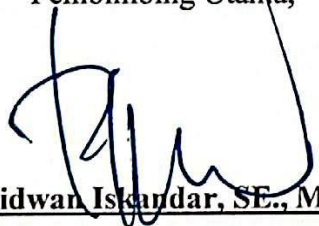
LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI MATCHA “CHAGAR”
DI KOTA GARUT**

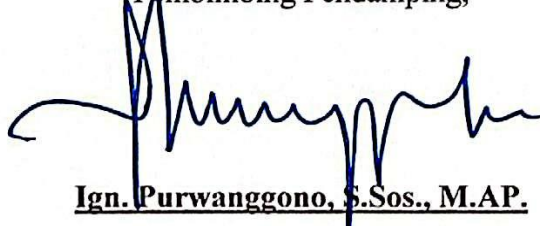
NAMA : REGINA MARSELINA
NIM : 2022407091
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



Ridwan Iskandar, SE., MM.
NIP. 19740704 202421 1 001

Pembimbing Pendamping,



Ign. Purwanggono, S.Sos., M.AP.

Bandung, 3 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

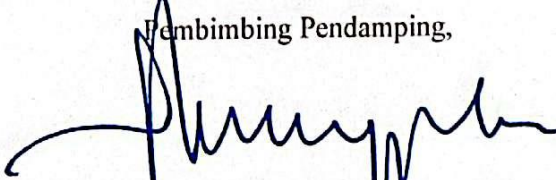
PERENCANAAN BISNIS KEDAI MATCHA "CHAGAR" DI KOTA GARUT

NAMA : REGINA MARSELINA
NIM : 2022407091
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

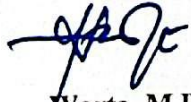
Pembimbing Utama,


Ridwan Iskandar, SE., MM.
NIP. 19740704 202421 1 001


Pembimbing Pendamping,


Ignatius Purwanggono, S.Sos., M.AP.

Penguji I,


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


Penguji II,


Deden Rudy Mustafa, S.Sos., MM.
NIP. 19690718 199103 1 009

Bandung, 9 Desember 2025

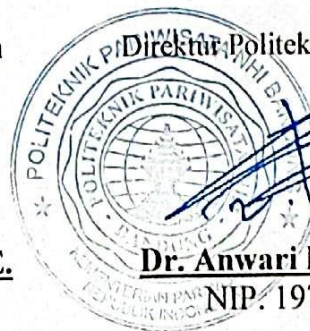
Mengetahui,


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 Masatip, MM.Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI MATCHA “CHAGAR” DI KOTA GARUT”** sebagai salah satu syarat dalam menempuh studi pada Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program studi Tata Hidang, di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk berbagai pihak yang telah terlibat dalam menyelesaikan Tugas Akhir penulis baik secara langsung maupun tidak langsung kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos, MM.Par., CEE., CTE. 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 Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., MM.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Ridwan Iskandar, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan motivasi, arahan, saran, dan masukan kepada penulis.

6. Bapak Ignatius Purwanggono, S.Sos., M.AP. selaku Dosen Pembimbing Pendamping penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan ide-ide dalam penulisan.
7. Seluruh Dosen, Instruktur Pengajar, dan Staff Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk ilmu pengetahuan, bimbingan, serta pelayanan administratif selama penulis menempuh pendidikan.
8. Keluarga penulis, baik keluarga yang berada di rumah maupun keluarga yang berada di kelas yaitu teman dekat penulis karena senantiasa selalu memberi dukungan dalam bentuk moral maupun material kepada penulis selama menempuh studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran dari para pembaca guna penyempurnaan serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Bandung, 9 Desember 2025

Regina Marselina

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
EXECUTIVE SUMMARY	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	9
1. Deskripsi Bisnis	9
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	12
3. Identitas Bisnis	14
C. Visi dan Misi	15
D. <i>SWOT Analysis</i>	16
E. Spesifikasi Produk.....	19
F. Jenis/Badan Usaha	20
G. Aspek Legalitas	21
BAB II ASPEK PRODUK.....	23
A. Daftar dan Deskripsi Produk.....	23
B. Analisa Keunggulan Produk	26
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	28
D. Penyajian dan Kemasan Produk.....	32
E. Mekanisme Quality Check.....	36
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	41
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>).....	41
1. Segmentasi	42
2. Target.....	43
3. <i>Positioning</i>	43
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	44
C. Kompetitor	47

D. Program Pemasaran.....	48
E. Media Pemasaran	50
F. Proyeksi Penjualan	52
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	54
A. Identitas <i>Owners/Founders</i>	54
B. Struktur Organisasi.....	55
C. <i>Job Analysis dan Job Description</i>	56
1. Job Analysis	56
2. Job Description	58
D. <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	60
E. <i>Servicescap (Layout/Flow)</i>	61
F. <i>Action Plan & Report</i>	64
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	66
A. Metode Pencatatan Akuntansi	66
1. Basis Kas (<i>Cash Basis</i>)	66
2. Basis Akrua (<i>Accrual Basis</i>)	66
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi Initial Investment)	67
1. Tangible Investment (Depreciation; Terminal Cash Flow)	68
2. Intangible Investment (Amortization).....	71
3. Working Capital (Terminal Cash Flow)	73
C. Pendanaan Investasi: (<i>Agency Theory</i>)	75
1. Owner's Equity (Modal Sendiri).....	75
2. Debt (Bank/Other Loan)	76
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	76
1. Variable Cost; Fixed Cost	77
2. Break Even Point (BEP).....	78
3. Cost Volume Profit (CVP).....	80
E. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	81
1. Operating Budget	81
2. Cash Flow Projection	83
3. Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi dll)	83
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. 1 DATA PESAING BISNIS “CHAGAR”	4
1. 2 HASIL TES MARKET	5
1. 3 RESPON AHLI TERHADAP BISNIS “CHAGAR”	8
1. 4 MATRIKS <i>SWOT ANALYSIS</i>	18
1. 5 SPESIFIKASI PRODUK	19
2. 1 FOOD AND BEVERAGE COST	25
2. 2 JADWAL DAN JAM KERJA	30
2. 3 PERENCANAAN PRODUKSI	31
2. 4 PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK	34
3. 1 DATA KOMPETITOR	47
3. 2 PROGRAM PEMASARAN DAN ANGGARAN BIAYA	49
3. 3 PROYEKSI PENJUALAN	53
4. 1 JOB ANALYSIS	57
4. 2 JOB DESCRIPTION	59
4. 3 ANGGARAN TENAGA KERJA	61
4. 4 ACTION PLAN KEDAI MATCHA “CHAGAR”	64
5. 1 TARIF DEPRESIASI	68
5. 2 TANGIBLE INVESTMENT	70
5. 3 TOTAL TANGIBLE DAN DEPRESIASI	71
5. 4 INTANGIBLE INVESTMENT	72
5. 5 WORKING CAPITAL	74
5. 6 PENDANAAN INVESTASI	75
5. 7 VARIABLE COST	77
5. 8 FIXED COST	77
5. 9 BREAK EVENT POINT	79
5. 10 COST VOLUME PROFIT	81
5. 11 INCOME STATEMENT	82
5. 12 CASH FLOW PROJECTION	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 1 BMC KEDAI MATCHA	11
1. 2 LOGO “CHAGAR”	12
1. 3 LOKASI BISNIS	14
2. 1 DESIGN MENU KEDAI “CHAGAR”	24
3. 1 VALIDASI PRODUK.....	45
3. 2 MEDIA SOSIAL DAN BROSUR PROMOSI	51
4. 1 BAGAN ORGANISASI KEDAI “CHAGAR”	56
4. 2 LAYOUT TAMPAK ATAS DAN DEPAN	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 BIODATA PENULIS	89
2 PEDOMAN KUESIONER PENELITIAN.....	90
3 HASIL OBSERVASI PASAR.....	91
4 HARGA JUAL PRODUK	94

EXECUTIVE SUMMARY



Sumber: Olahan Penulis (2025)

Kehadiran kedai Kedai Matcha “ChaGar” di Kota Garut merupakan respons terhadap tren konsumsi minuman matcha yang semakin populer di kalangan generasi muda Indonesia, termasuk di kota-kota wisata seperti Garut. Matcha yang dikenal sebagai bubuk teh hijau khas Jepang dengan cita rasa unik dan manfaat kesehatan tinggi, telah menjadi tren minuman yang digemari generasi muda yang peduli kesehatan sekaligus menyukai tampilan visual yang menarik. Kedai Matcha “ChaGar” hadir untuk mengisi celah pasar dengan menawarkan produk matcha dalam suasana kedai yang estetik dan nyaman, sekaligus memberikan alternatif berbeda dari kedai kopi konvensional yang sudah ada.

Kedai Matcha “ChaGar” yang merupakan singkatan dari Matcha - Garut, menempati lokasi strategis di pusat keramaian kota dengan mengusung konsep perpaduan antara nuansa sunda minimalis modern dan estetika warna hijau dari matcha. Konsep ini tidak hanya menghadirkan minuman matcha biasa, tetapi juga mengombinasikan matcha dengan bahan-bahan lokal khas Garut seperti dodol dan madu Garut.

Kedai ini menargetkan segmen pelajar, mahasiswa, pekerja muda, dan semua kalangan masyarakat yang menggemari atau bahkan ingin mencoba produk matcha.

Dari aspek operasional, Kedai Matcha “ChaGar” mengedepankan sistem dapur terbuka yang menampilkan proses penyajian matcha secara langsung dapat dilihat oleh pembeli. Menu yang ditawarkan terbagi dalam tiga kategori utama yaitu *pure* matcha untuk konsumen yang mengutamakan rasa otentik, *fusion* matcha dengan berbagai varian rasa yang kreatif, serta produk *pastry* pendamping. Kualitas produk dijaga melalui pemilihan bahan baku dan proses penyajian yang terstandarisasi.

Strategi pemasaran mengintegrasikan pendekatan digital melalui media sosial untuk membangun brand awareness, didukung aktivitas offline dan kolaborasi dengan *influencer* lokal, serta memanfaatkan platform pesan-antar dan program loyalitas guna memperluas jangkauan pasar dan mempertahankan pelanggan setia. Didukung struktur organisasi yang efisien dan analisis keuangan yang menunjukkan kelayakan investasi dengan proyeksi titik impas, membuat kedai ini menjadi prospek bisnis yang bagus dengan diferensiasi produk dan potensi pertumbuhan berkelanjutan di pasar Garut yang didukung jumlah penduduk yang tinggi serta perkembangan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Fauzi, R., & Damayanti, R. (2023). *PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING UMKM*. JESYA (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah). 6(1). 675.
- Andry, A., & Nuryani, N. (2022). *Investasi dalam Aset Tak Berwujud dan Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi, 11(2), 84-93.
- Azahra, N., Fauzi, A., Widayati, E., Azhar, R. N., Kustiara, V., Fathurrahman, I., & Sari, N. (2023). *Signifikansi Analisis Titik Impas Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jurnal JAMAN (Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis), 3(3), 108-114.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). (2021). *Panduan penerapan HACCP untuk industri pangan skala kecil dan menengah*. KEMENKES.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2020). *Panduan implementasi jaminan produk halal untuk UMKM*. KEMENAG.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut. (2024). *Kabupaten Garut dalam angka 2024*. BPS Kabupaten Garut.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. BPS RI.
- Bastian, I. (2021). *Manajemen Keuangan Publik*. Andi Publisher.
- Dessler, G. (2020). *Human resource management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Firmansyah, M. A. (2023). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK: PLANNING & STRATEGY*. Qiara Media.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management (11th ed.)*. Pearson Education.
- Indonesia. (2021). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP)*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 244.
- Isnaini, W. (2019). *Perencanaan produksi*. UNIPMA Press.

- Iskandar, R., Suratman, D., & Riyadi, H. (2024). *Aplikasi Pengendalian Biaya Makanan dan Minuman*. Bandung: Rumah Literasi Publishing.
- Juliana, R., & Komalasari, S. (2022). *Peran Job Description Terhadap Kinerja Karyawan*. *Inovator: Jurnal Manajemen*, 11 (3), 384-390.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 72 Tahun 2023 tentang Penyusutan Harta Berwujud dan/atau Amortisasi Harta Tak Berwujud*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Diakses pada tanggal 3 November 2025 dari <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1062940818300081>
- Kochman, J., Jakubczyk, K., Antoniewicz, J., Mruk, H., & Janda, K. (2021). *Health Benefits and Chemical Composition of Matcha Green Tea: A Review*. *Molecules*, 26(1), 85.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Principles of marketing (15th ed.)*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2017). *Analisis Perilaku Biaya: Suatu Studi Komparasi Konsep Teoretis dan Praktik pada Biaya Produksi (Manufacturing Cost)*. *Jurnal Substansi*, 1(1), 1-12.
- Lauda, M. (2023). *Learning about servicescape in marketing: It's not just about design and layout*. SBM ITB. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2025 dari <https://www.sbm.itb.ac.id/2023/12/04/learning-about-servicescape-in-marketing-its-not-just-about-design-and-layout/>
- Lipson, M. L. (2019). *Financial Analytics Toolkit: Cash Flow Projections (Publication No. UVA-F-1896)*. Darden Business Publishing, University of Virginia.
- Margaretha, F., & Oktaviani, C. (2016). *Pengaruh Manajemen Modal Kerja Terhadap Profitabilitas pada Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 18(1), 11-24.

- Maruta, H. (2017). Pengertian, Kegunaan, Tujuan Dan Langkah-Langkah Penyusunan Laporan Arus Kas. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 1(2), 239-257.
- Maulida, E., (2021). *MANAJEMEN STRATEGIK*. Media Sains Indonesia.
- Mentzer, J. T., & Moon, M. A. (2004). *Sales forecasting management: A demand management approach (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Merdeka, R. M. (2023). *Ekuitas: Pengertian, Unsur, dan Jenisnya dalam Perusahaan*. GreatDay HR. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2025 dari <https://greatdayhr.com/id-id/blog/pengertian-dan-jenis-ekuitas-dalam-perusahaan/>
- Mitra, A. (2016). *Quality management in food processing*. Woodhead Publishing.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi (Edisi 5)*. Salemba Empat.
- Nugraha, P. P. (2023). *Keunikan model marketing dari mulut ke mulut dalam era digital*. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Panduan Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2025 dari <https://ojk.go.id/>
- Pemerintah Kabupaten Garut. (2019). *Peraturan Daerah Kabupaten Garut Nomor 12 Tahun 2022 Tentang Perizinan Berusaha*. Berita Daerah Kabupaten Garut Tahun 2022 Nomor 12.
- Pemerintah 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.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2023). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi*

Undang-Undang. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 10.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 Pengupahan.

Ramadhani, R., Hasanah, N., & Yasin, M. (2024). *Perekonomian Indonesia Khususnya pada Tingkat Makro*. Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis dan Ekonomi (JIMBE), 1(5), 104-115.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Edisi ke-15 (Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.

Shuangling, Z., Guohua, C., & Lijuan, W. (2019). *Tangible and intangible investment in corporate finance*. Vol 50. The North American Journal of Economics and Finance.

Sukirno, S., Husin W. S., Indrianto D., Sianturi C., Saefullah K., (2017). *Pengantar BISNIS*. KENCANA.

Sulistyowati, C., Fariyah, E., & Hartadinata, O. S. (2020). *Anggaran perusahaan: Teori dan praktika*. Scopindo Media Pustaka: Surabaya.

Syahputra, M. F., & Ansari, A. (2024). *Analisis Dampak Biaya Modal Terhadap Keputusan Investasi Perusahaan*. 4(5), 1-10. Journal of Innovation Research and Knowledge.

Syam, L. F., & Hermanto, S. B. (2020). *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 9(12), 1-15.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran (Edisi 4)*. Andi Offset.

Tjiptono, F. (2023). *Riset pemasaran (Edisi 1, Cetakan 1)*. Andi Offset.

Trading Economics. (2025). Indonesia GDP Growth Annual. Diakses pada tanggal 28 Oktober dari <https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-growth-annual>

Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). *TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS: ANALISIS SWOT DALAM MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN*. 12(1). 22.