

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI MINUMAN “MILK COOL”
DI BANJARAN KABUPATEN BANDUNG**

TUGAS AKHIR

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



Disusun oleh:

INGGA SATRIADIN

Nomor Induk : 2022407031

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI TATA HIDANG
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

2025

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ingga Satriadin
Tempat Tanggal Lahir : Bandung, 04 September 2003
NIM : 2022407031
Program Studi : Tata Hidang
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul : **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI MINUMAN “MILK COOL” DI BANJARAN KABUPATEN 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 ataupun 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 utarakan 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, 5 November 2025



Ingga Satriadin

LEMBAR PENGESAHAN

"PERENCANAAN BISNIS KEDAI MINUMAN "MILK COOL" DI BANJARAN KABUPATEN BANDUNG"

NAMA : INGGA SATRIADIN
NIM : 2022407031
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama



Dra. Retno Budi Wahyuni, MM., CHE.
NIP. 19620730 198803 2 001

Pembimbing Pendamping



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

Bandung, 5 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



N.G.M Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

“PERENCANAAN BISNIS KEDAI MINUMAN “MILK COOL” DI BANJARAN KABUPATEN BANDUNG”

NAMA : INGGA SATRIADIN
NIM : 2022407031
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : TATA HIDANG

Pembimbing Utama,



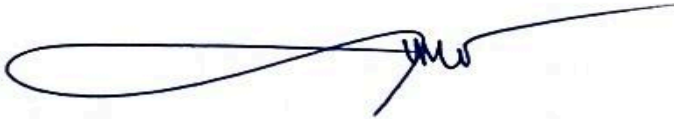
Dra. Retno Budi Wahyuni, MM., CHE.
NIP. 19620730 198803 2 001

Pembimbing Pendamping,



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

Penguji I,



Dadang Suratman, S.ST.Par., M.M.
NIP. 19711210 200212 1 008

Penguji II,



Ridwan Iskandar, S.E., M.M.
NIP. 19740704 20241 1 001

Bandung, 10 Desember 2025

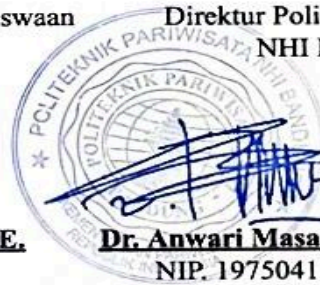
Mengetahui

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan
dan Kerja Sama



N.G.M Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

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, atas segala rahmat, nikmat, dan karunia nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS KEDAI MINUMAN “MILK COOL” DI BANJARAN KABUPATEN BANDUNG”** tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi, sekaligus sebagai wujud penerapan ilmu yang telah penulis peroleh selama masa perkuliahan.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE. 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, SST.Par., MP.Par., CHE. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Hanna Daniati, S.Ikom., MM.Par., CHE. Selaku Ketua Program Studi Tata Hidang Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Ibu Dra. Retno Budi Wahyuni, MM., CHE. selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan dan dukungan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Deden Rudy Mustafa. S.Sos. M.M. selaku Pembimbing Pendamping yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan dan dukungan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh dosen Program Studi Tata Hidang, tenaga pengajar Politeknik Pariwisata NHI Bandung, serta staf administrasi yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pelayanan administratif selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kedua orang tua yang menjadi sumber doa, semangat, dan inspirasi tanpa henti.
9. Kepada sahabat-sahabat terutama mahasiswa tata hidang 6A yang telah menjadi sumber semangat, tempat berbagi cerita, serta pendukung setia selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun inspirasi bagi pengembangan usaha kuliner di Kabupaten Bandung dan daerah lainnya.

Bandung, 5 November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
DESKRIPSI BISNIS.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis.....	7
1. Deskripsi Bisnis.....	7
2. Deskripsi Logo dan Nama.....	12
3. Identitas Bisnis.....	13
C. Visi dan Misi.....	14
D. <i>SWOT Analysis</i>	15
E. Spesifikasi Produk.....	18
F. Jenis/Badan Usaha.....	20
G. Aspek Legalitas.....	20
BAB II.....	22
ASPEK PRODUK/JASA.....	22
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa.....	22
B. Analisa Keunggulan Produk/Jasa.....	29
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	30
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa.....	34
E. Mekanisme <i>Quality Check</i>	36
BAB III.....	42
RENCANA PEMASARAN.....	42
A. Riset Pasar (<i>Segmen, Target, Positioning</i>).....	42
B. Validasi Produk - <i>Market Fit</i>	47
C. Kompetitor.....	49
D. Program Pemasaran.....	51
E. Media Pemasaran.....	54
F. Proyeksi Penjualan.....	56

BAB IV.....	59
ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	59
A. Identitas <i>Owners/Founders</i>	59
B. Struktur Organisasi.....	60
C. <i>Job Analysis dan Job Description</i>	61
D. <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	66
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	67
F. <i>Action Plan dan Report</i>	68
BAB V.....	73
ASPEK KEUANGAN.....	73
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	73
a. <i>Cash Basis</i>	73
b. <i>Accrual Basis</i>	73
B. <i>Capital Expenditure</i>	74
a. <i>Tangible Investment</i>	74
b. <i>Intangible Investment</i>	81
c. <i>Working Capital</i>	82
C. Pendanaan Investasi.....	84
a. <i>Owner's Equity</i>	85
b. <i>Debt (Bank Loan)</i>	85
D. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....	86
a. <i>Variable Cost, Fixed Cost, Mixed Cost</i>	86
b. <i>Break Even Point (BEP)</i>	88
c. <i>Cost Volume Profit (CVP)</i>	89
E. Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	90
a. <i>Operating Budget</i>	90
b. <i>Cash Flow Projection</i>	91
c. <i>Pengaruh Makro Ekonomi</i>	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. 1 Kompetitor Usaha Tidak Langsung Di Banjarn.....	3
1. 2 Peminat Minuman Berbasis Susu.....	4
1. 3 Pendapat Narasumber Ahli.....	6
1. 3 Spesifikasi Produk.....	18
2. 1 Daftar Produk Dan Bahan Baku.....	23
2. 2 <i>Beverage Cost</i>	26
2. 3 Rencana Produksi Dan Penjualan.....	32
2. 4 Waktu Operasional.....	33
2. 5 Kemasan Produk.....	35
2. 6 Penyimpanan Bahan Baku.....	37
2. 7 Proses <i>Quality Check Harian</i>	38
2. 8 Proses <i>Quality Check Mingguan</i>	39
2. 9 Proses <i>Quality Check Bulanan</i>	40
3. 1 Validasi Produk.....	48
3. 2 Kompetitor Usaha.....	50
3. 3 Program Pemasaran.....	52
3. 3 Proyeksi Penjualan.....	58
4. 1 Kualifikasi Pegawai.....	62
4. 2 Kualifikasi Pegawai.....	64
4. 3 Anggaran Tenaga Kerja.....	66
4. 4 Perencanaan Tindakan.....	69
5. 1 <i>Tangible Investment</i>	75
5. 2 <i>Intangible Investment</i>	81
5. 3 <i>Working Capital</i>	82
5. 4 Total Investasi.....	86
5. 5 <i>Variable Cost</i>	86
5. 6 <i>Fixed Cost</i>	87
5. 7 <i>Mixed Cost</i>	88
5. 8 <i>Break Even Point</i>	88
5. 9 <i>Cost Volume Profit</i>	90
5. 10 <i>Cash Flow Projection</i>	91
5. 11 <i>Income Statement</i>	92

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. 1 <i>Business Model Canvas Milk Cool</i>	9
1. 2 Logo Milk Cool.....	12
1. 3 Lokasi Kedai Milk Cool.....	14
1. 4 <i>Swot Matrix</i>	17
2. 1 Daftar Produk Kedai Milk Cool.....	27
3. 1 Diagram Geografis.....	43
3. 2 Diagram Demografis.....	45
3. 3 Diagram Psikografis.....	46
3. 4 Akun Sosial Media Aplikasi Instagram.....	55
3. 5 Akun Sosial Media Aplikasi Tik Tok.....	56
3. 6 <i>Banner Offline</i>	56
4. 1 Struktur Organisasi.....	60
4. 2 Tata Letak.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN		Halaman
1	Biodata Penulis.....	98
2	Kuesioner Peminat Minuman Berbasis Susu.....	99
3	Pendapat Narasumber Ahli.....	101
4	Validasi Produk.....	103
5	Bukti Validasi Produk.....	105
6	Turnitin.....	106

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Assauri, S. (2016). *Manajemen produksi dan operasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2020). Segmentasi pasar. Dalam Hanggarito & lainnya (Eds.), *Judul Buku/Artikel* (hlm. 47). Nama Penerbit Journal. aiska-university.ac.id
- Bank Indonesia. (2025, Agustus). *BI catat transaksi e-commerce tembus Rp 44,4 triliun per Juli 2025*. Antara News. Diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/5052357/bi-catat-transaksi-e-commerce-tembus-rp444-triliun-per-juli-2025>
- Bluestone PIM. (2023). *Product catalog*. Diambil dari <https://www.bluestonepim.com/glossary/product-catalog>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Bryson, J. M. (2018). *Strategic planning for public and nonprofit organizations* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- B.Com Institute. (2024, Maret 14). *Estimating labour needs with a direct labour budget*. Diakses dari <https://bcom.institute/management-accounting/estimating-labour-needs-direct-labour-budget/>
- Darmawan, D., & Grenier, E. (2020). Competitive advantage and service marketing mix. *Journal of Social Science and Science Studies (JOS3)*, 1(1), 1–8. <https://ejournal.metromedia.education/index.php/jos3/article/view/9>
- DataReportal. (2025). *Essential Instagram stats*. Diakses dari <https://datareportal.com/essential-instagram-stats>
- DataReportal. (2025). *Essential TikTok stats*. Diakses dari <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- De George, R. T. (2010). *Business ethics* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Bandung. (2024). *Informasi perizinan dan izin usaha kuliner Kabupaten Bandung*. Diakses dari <https://perizinan.bandungkab.go.id>

- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial accounting* (16th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Gestalt. (2023). Identitas visual dan peran logo dalam pembentukan citra merek. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur*. Diakses dari <https://gestalt.upnjatim.ac.id/index.php/gestalt/article/download/164/24>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2014). *Principles of managerial finance* (14th ed.). Boston: Pearson Education.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Harahap, M. A., & Siregar, S. (2022). Perkembangan teori akuntansi: Tinjauan literatur terpilih. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 23(1), 1–9.
- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operations management* (11th ed.). Pearson Education.
- Hery. (2019). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hunt, C. A., & Johns, N. (2013). Image, place and nostalgia in hospitality branding and marketing. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(3), 165–183. <https://doi.org/10.1108/17554211311292411>
- IBM. (2021). *What is sales forecasting?* IBM Think. Diakses dari <https://www.ibm.com/think/topics/sales-forecasting>
- Iskandar, R., Suratman, D., & Riyadi, H. (2024). *Aplikasi Pengendalian Biaya Makanan dan Minuman*. Bandung: Rumah Literasi Publishing.
- Janošević, B., Dženopoljac, V., & Bontis, N. (2020). Intangible assets defined as non-monetary assets with no identifiable physical form. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(1), 106–116. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jkdp/article/download/3574/pdf>
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, & Jakfar. (2018). *Studi kelayakan bisnis* (Edisi Revisi). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., & Warfield, T. D. (2019). *Intermediate accounting* (19th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management*. Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2011). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutkevich, B. (2025, 5 Maret). *What is production planning and why is it important?* TechTarget. Diakses dari <https://www.techtarget.com/searcherp/definition/production-planning>
- Malhotra, N. K. (2013). *Marketing research: An applied orientation* (6th ed.). Pearson Education.
- Marwansyah, Komaruddin, & Koesomowidjojo. (2025). Job analysis is a systematic process for collecting and structuring information about tasks, responsibilities, and job requirements. *Jurnal USI*, 7(1). Diakses dari <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/jia/article/download/1558/1529>
- Nugroho, A. (2021). *Manajemen usaha kuliner*. Jakarta: Prenada Media.
- Okoro, J. O., Iwuala, E. C., & Nnamani, C. N. (2022). Analysis of tangible investment and firm performance: Evidence from manufacturing companies. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(5), 225–239. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i5/13068>
- Oktaviani, D., & Yasa, G. (2022). Legalitas usaha mikro di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 10(2), 45–58.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Pahlephi, R. D. (2022, Oktober 5). *Kompetitor adalah: Pengertian, cara menganalisis, dan menghadapinya*. Detik Finance. Diakses dari <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6330901/kompetitor-adalah-pengertian-cara-menganalisis-dan-menghadapinya>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Management* (14th ed.). Boston: Pearson.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Perilaku organisasi* (15th ed.). Pearson Education Inc.

- Salvatore, D. (2018). *Microeconomics: Theory and applications* (7th ed.). New York, NY: Oxford University Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Shidiqy, D. (2021). Implementasi take away sebagai konsep penjualan pada outlet makanan cepat saji. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v1i1.132>
- Sniehotta, F. F., Scholz, U., & Schwarzer, R. (2010). Using action planning to promote exercise behaviour. *Annals of Behavioral Medicine*, 40(1), 65–76. <https://doi.org/10.1007/s12160-010-9190-8>
- Spence, C. (2018). What is the relationship between multisensory flavour perception and consumer behaviour? *Food Quality and Preference*, 68, 271–278. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.03.001>
- Srivastava, M. K., & Kumar, A. (2021). Online food delivery: Study with special reference to food aggregators. *IJMRA*, 4(3). https://www.researchgate.net/publication/350416913_Online_Food_Delivery_Study_with_Special_Reference_to_Food_Aggregators
- Stone, H., & Sidel, J. L. (2020). *Sensory evaluation practices* (5th ed.). Academic Press.
- Szewczyk, R., & Królikowska, A. (2023). A quality control improvement model that takes into account the sustainability concept and KPIs. *Sustainability*, 15(12), 9627. <https://doi.org/10.3390/su15129627>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Edisi Revisi). Yogyakarta: Andi.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2015). *Product design and development* (6th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Wijayanti, T. (2012). Kemasan sebagai media komunikasi pemasaran produk. *Jurnal Abdi Ekbis*, 3(2), 45–52.
- Zikrina, A. H. (2023). Analisis penerapan perhitungan production cost dan food cost pada coffee shop di Purwokerto. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman*