

**PERENCANAAN BISNIS KEDAI DONAT  
DI KOTA CIMAHI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Dalam Menempuh Ujian Akhir**

**Program Diploma III**



**Oleh :**

**NADHIRA SALSABILA RIADY PUTRI**

**Nomor Induk : 201722383**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN PATISERI**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG**

**2021**

# PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : NADHIRA SALSABILA RIADY PUTRI  
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 20 NOVEMBER 1998  
NIM : 201722383  
Program Studi : MANAJEMEN PATISERI  
Jurusan : HOSPITALITY

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**PERENCANAAN BISNIS KEDAI DONAT DI KOTA CIMAHI**  
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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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/Skripsi 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 17 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



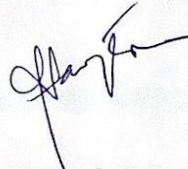
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/~~PROYEK AKHIR~~/TUGAS AKHIR

## PERENCANAAN BISNIS KEDAI DONAT DI KOTA CIMAHI

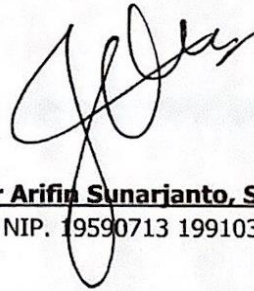
NAMA : NADHIRA SALSABILA RIADY PUTRI  
NIM : 201722383  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN PATISERI  
JURUSAN : *HOSPITALITY*

Pembimbing I,



**Warta Sumirat S. Pd. M. Pd.**  
NIP. 19700611 199803 1 001

Pembimbing II,



**Djauhar Arifin Sunarjanto, S. ST. Par., MM**  
NIP. 19590713 199103 1 001

Bandung, 18 Februari 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



**Faisal, MM.Par.,CHE**  
NIP. 19730706 199503 1 001

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat pada waktunya dengan judul **“Perencanaan Bisnis Kedai Donat di Kota Cimahi”**.

Adapun tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Progam Diploma III jurusan *hospitality* pada program studi Manajemen Patiseri di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, mendokan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan pembuatan Tugas Akhir ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya adalah:

1. Allah SWT, atas rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M. Sc. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

4. Bapak Edison Sitompul, S.Sos, MM., sebagai Ketua Jurusan *Hospitality*.
5. Bapak Tedi Sutadi, S, ST. Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Patiseri Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
6. Bapak Warta Sumirat S. Pd. M. Pd. selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis.
7. Bapak Djauhar Arifin Sunarjanto, S.ST. Par., MM. selaku Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing dan mengoreksi serta memberikan dukungan, saran, semangat dan motivasi kepada penulis selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Segenap Dosen pengajar dan Staff program studi Manajemen Patiseri Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
9. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberi banyak dukungan baik material maupun moral dan juga kasih sayang terutama untuk Syanti Damayanti selaku ibu kandung penulis, Slamet Riady selaku ayah kandung penulis dan Zaki Rabbani Riady Putra selaku adik kandung penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis yang selalu memberi dukungan terutama Kukuh Ramadhan, Debby, Lavidia, Fikal, Akila, Raihan dan Raisa.
11. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Manajemen Patiseri kelas 6B yang selalu saling membantu selama hampir tiga tahun terakhir hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

12. Kepada seluruh pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam segala bantuannya baik berupa apapun dalam membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu penulis meminta maaf kepada semua pihak yang kurang berkenan atas kekurangan Tugas Akhir ini. Kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu dalam kemajuan penulisan Tugas Akhir ini dikemudian hari. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta menambah wawasan bagi semua pihak.

Bandung, Oktober 2020

Nadhira Salsabila Riady Putri

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>                       | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                          | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                              | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                               | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>xii</b>  |
| <b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>                           | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                           | <b>1</b>    |
| <b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>                  | <b>1</b>    |
| <b>B. Gambaran Umum Bisnis.....</b>                     | <b>10</b>   |
| <b>C. Visi dan Misi.....</b>                            | <b>15</b>   |
| a. Visi.....  | 15          |
| b. Misi.....  | 15          |
| <b>D. SWOT Analysis .....</b>                           | <b>16</b>   |
| a. <i>Strengths</i> (Kekuatan) .....                    | 16          |
| b. <i>Weaknesses</i> (Kelemahan).....                   | 17          |
| c. <i>Opportunities</i> (Peluang).....                  | 17          |
| d. <i>Threats</i> (Ancaman).....                        | 17          |
| <b>E. Spesifikasi Produk/Jasa.....</b>                  | <b>18</b>   |
| <b>BAB II.....</b>                                      | <b>20</b>   |
| <b>ASPEK PRODUK/JASA.....</b>                           | <b>20</b>   |
| <b>A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....</b>        | <b>20</b>   |
| <b>B. Analisa Keunggulan Produk/Jasa .....</b>          | <b>23</b>   |
| <b>C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....</b> | <b>25</b>   |
| a. Penentuan Kapasitas .....                            | 25          |
| b. Rencana Produksi .....                               | 27          |
| <b>D. Mekanisme <i>Quality Check</i> .....</b>          | <b>33</b>   |
| a. <i>Quality control</i> terhadap bahan baku.....      | 33          |
| b. <i>Quality control</i> terhadap SDM .....            | 34          |
| c. <i>Quality control</i> terhadap proses produksi..... | 34          |

|   |           |
|---|-----------|
| d. <i>Quality control</i> terhadap produk jadi.....                   | 34        |
| e. <i>Quality control</i> terhadap kemasan .....                      | 35        |
| f. <i>Quality control</i> terhadap <i>feedback</i> dari konsumen..... | 35        |
| <b>BAB III.....</b>   | <b>36</b> |
| <b>RENCANA PEMASARAN .....</b>  | <b>36</b> |
| <b>A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i>).....</b>       | <b>36</b> |
| a. Segmentasi Pasar .....   | 36        |
| b. Target Pasar .....   | 39        |
| c. <i>Positioning</i> .....   | 39        |
| <b>B. Validasi – <i>Market Fit</i>.....</b>                           | <b>41</b> |
| <b>C. Kompetitor.....</b>   | <b>44</b> |
| <b>D. Program Pemasaran .....</b>                                     | <b>48</b> |
| <b>E. Media Pemasaran.....</b>  | <b>50</b> |
| a. Spanduk .....  | 51        |
| b. <i>Banner</i> .....  | 52        |
| c. Brosur dan Voucher .....   | 53        |
| d. Facebook.....  | 54        |
| e. Instagram.....   | 54        |
| f. TikTok.....  | 56        |
| <b>F. Proyeksi Penjualan .....</b>                                    | <b>57</b> |
| <b>BAB IV.....</b>  | <b>61</b> |
| <b>ASPEK SDM DAN OPERASIONAL .....</b>                                | <b>61</b> |
| <b>A. Identitas <i>Owners/Founders</i>.....</b>                       | <b>61</b> |
| <b>B. Struktur Organisasi .....</b>                                   | <b>62</b> |
| <b>C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> .....</b>        | <b>64</b> |
| a. <i>Job Analysis</i> .....  | 64        |
| b. <i>Job Description</i> .....                                       | 65        |
| <b>D. <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>.....</b>            | <b>70</b> |
| <b>E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i> .....</b>                    | <b>71</b> |
| <b>F. <i>Action Plan/Report</i>.....</b>                              | <b>75</b> |
| <b>BAB V .....</b>  | <b>79</b> |
| <b>ASPEK KEUANGAN.....</b>  | <b>79</b> |
| <b>A. Metode Pencatatan Akuntansi.....</b>                            | <b>79</b> |
| a. <i>Cash Basis (Basis Kas)</i> .....                                | 79        |



|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| b.        | <i>Accrual Basis (Basis Akrua)</i> .....                                      | 79  |
| <b>B.</b> | <b><i>Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)</i></b> .....     | 80  |
| a.        | <i>Tangible Asset (Aset Berwujud)</i> .....                                   | 80  |
| b.        | <i>Intangible Asset (Aset Tak Berwujud)</i> .....                             | 85  |
| c.        | <i>Working Capital</i> .....  | 87  |
| <b>C.</b> | <b><i>Time Value of Money (Nilai Waktu Uang)</i></b> .....                    | 88  |
| a.        | <i>Present Value</i> .....  | 88  |
| b.        | <i>Future Value</i> .....   | 90  |
| <b>D.</b> | <b><i>Pendanaan Investasi (Agency Theory)</i></b> .....                       | 91  |
| a.        | <i>Owner's Equity (Modal Sendiri)</i> .....                                   | 91  |
| b.        | <i>Debt (Bank/Other Loan)</i> .....   | 91  |
| <b>E.</b> | <b><i>Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan</i></b> .....            | 94  |
| a.        | <i>Variable Cost; Fixed Cost; Mixed Cost</i> .....                            | 94  |
| b.        | <i>Break Even Point (BEP)</i> .....   | 98  |
| c.        | <i>Cost Volume Point (CVP)</i> .....  | 100 |
| <b>F.</b> | <b><i>Identifikasi Cash Inflow &amp; Outflow</i></b> .....                    | 100 |
| a.        | <i>Operating Budget</i> .....   | 100 |
| b.        | <i>Cash Flow Projection</i> .....   | 102 |
| c.        | <b><i>Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi dll)</i></b> ..... | 103 |
|           | <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | 104 |
|           | <b>BIODATA</b> .....  | 110 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>TABEL 1 DATA SEBARAN PENDUDUK KOTA CIMAHI TAHUN 2018</b> .....  | 5  |
| <b>TABEL 2 DATA PENDUDUK MENURUT KELOMPOK UMUR 2018</b> .....      | 6  |
| <b>TABEL 3 BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)</b> .....                   | 8  |
| <b>TABEL 4 DAFTAR PRODUK DONAT TOPPING MANIS</b> .....             | 21 |
| <b>TABEL 5 DAFTAR PRODUK DONAT <i>TOPPING</i> ASIN</b> .....       | 21 |
| <b>TABEL 6 DAFTAR PRODUK DONAT TOPPING KHAS INDONESIA</b> .....    | 22 |
| <b>TABEL 7 DAFTAR PRODUK MINUMAN</b> .....                         | 22 |
| <b>TABEL 8 RENCANA KAPASITAS PRODUKSI DONAT DALAM 1 HARI</b> ..... | 26 |
| <b>TABEL 9 RENCANA PRODUKSI DALAM SATU BULAN</b> .....             | 27 |
| <b>TABEL 10 RENCANA PRODUKSI DALAM SATU TAHUN</b> .....            | 27 |
| <b>TABEL 11 RENCANA PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK</b> .....         | 29 |
| <b>TABEL 12 RENCANA PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK (LANJUTAN)</b> 30 |    |
| <b>TABEL 13 RENCANA PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK (LANJUTAN)</b> 31 |    |
| <b>TABEL 14 SEGMENTASI PASAR</b> .....                             | 38 |
| <b>TABEL 15 DATA RESPONDEN KUESIONER</b> .....                     | 41 |
| <b>TABEL 16 DATA RESPONDEN KUESIONER (LANJUTAN)</b> .....          | 42 |
| <b>TABEL 17 DATA RESPONDEN KUESIONER (LANJUTAN)</b> .....          | 43 |
| <b>TABEL 18 DAFTAR PESAING LANGSUNG</b> .....                      | 45 |
| <b>TABEL 19 DAFTAR PESAING TIDAK LANGSUNG</b> .....                | 47 |
| <b>TABEL 20 RENCANA PROGRAM PEMASARAN</b> .....                    | 49 |
| <b>TABEL 22 RECIPE COST DONAT BASED</b> .....                      | 57 |
| <b>TABEL 23 RECIPE COST TOPPING DONAT</b> .....                    | 58 |
| <b>TABEL 24 PROYEKSI PENJUALAN DALAM SATU HARI</b> .....           | 59 |
| <b>TABEL 25 PROYEKSI PENJUALAN DALAM SATU TAHUN</b> .....          | 59 |
| <b>TABEL 26 PROYEKSI PENJUALAN DALAM LIMA TAHUN</b> .....          | 59 |
| <b>TABEL 27 STRUKTUR ORGANISASI</b> .....                          | 63 |
| <b>TABEL 28 PEMBAGIAN JABATAN KARYAWAN</b> .....                   | 63 |
| <b>TABEL 29 ANGGARAN TENAGA KERJA</b> .....                        | 70 |
| <b>TABEL 30 ACTION PLAN</b> .....                                  | 75 |
| <b>TABEL 31 TANGIBLE ASSETS</b> .....                              | 81 |
| <b>TABEL 32 TANGIBLE ASSETS (LANJUTAN)</b> .....                   | 82 |
| <b>TABEL 33 MASA MANFAAT DAN TARIF DEPRESIASI</b> .....            | 82 |
| <b>TABEL 34 TARIF DEPRESIASI TANGIBLE ASSETS</b> .....             | 83 |
| <b>TABEL 35 TARIF DEPRESIASI TANGIBLE ASSETS (LANJUTAN)</b> .....  | 84 |
| <b>TABEL 36 TARIF DEPRESIASI BANGUNAN</b> .....                    | 85 |
| <b>TABEL 37 INTANGIBLE ASSETS</b> .....                            | 86 |
| <b>TABEL 38 MASA MANFAAT DAN TARIF AMORTISASI</b> .....            | 86 |
| <b>TABEL 39 TARIF AMORTISASI</b> .....                             | 86 |
| <b>TABEL 40 WORKING CAPITAL</b> .....                              | 87 |
| <b>TABEL 41 PRESENT VALUE</b> .....                                | 89 |
| <b>TABEL 42 FUTURE VALUE</b> .....                                 | 90 |
| <b>TABEL 43 RINCIAN INVESTASI</b> .....                            | 92 |

|  |            |
|--|------------|
| <b>TABEL 44 SUMBER PENDANAAN INVESTASI .....</b>                     | <b>92</b>  |
| <b>TABEL 45 LOAN INSTALLMENT .....</b>                               | <b>93</b>  |
| <b>TABEL 46 PAYMENT OF PRINCIPLE LOAN AND INTEREST EXPENSES ....</b> | <b>93</b>  |
| <b>TABEL 47 VARIABLE COST .....</b>                                  | <b>95</b>  |
| <b>TABEL 48 VARIABLE COST (LANJUTAN).....</b>                        | <b>96</b>  |
| <b>TABEL 49 FIXED COST.....</b>                                      | <b>97</b>  |
| <b>TABEL 50 MIXED COST .....</b>                                     | <b>98</b>  |
| <b>TABEL 51 PAYBACK PERIOD.....</b>                                  | <b>99</b>  |
| <b>TABEL 52 PAYBACK PERIOD.....</b>                                  | <b>99</b>  |
| <b>TABEL 53 INCOME STATEMENT .....</b>                               | <b>101</b> |
| <b>TABEL 54 CASH FLOW.....</b>                                       | <b>102</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |           |
|--|-----------|
| <b>GAMBAR 1 DATA JUMLAH PENDUDUK CIMAHI TAHUN 2014 - 2018.....</b> | <b>4</b>  |
| <b>GAMBAR 2 DATA RASIO JENIS KELAMIN CIMAHI TAHUN 2018.....</b>    | <b>5</b>  |
| <b>GAMBAR 3 DATA PENDUDUK BEKERJA KOTA CIMAHI TAHUN 2018.....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>GAMBAR 4 LOGO SUGARBLISS DONUTS &amp; COFFEE.....</b>           | <b>12</b> |
| <b>GAMBAR 5 PETA LOKASI USAHA .....</b>                            | <b>13</b> |
| <b>GAMBAR 6 TAMPAK LOKASI USAHA .....</b>                          | <b>14</b> |
| <b>GAMBAR 7 MENU KEDAI SUGARBLISS DONUTS &amp; COFFEE.....</b>     | <b>23</b> |
| <b>GAMBAR 8 CONTOH PROMOSI DENGAN MEDIA BANNER.....</b>            | <b>53</b> |
| <b>GAMBAR 9 DATA PENGGUNA INSTAGRAM AKTIF INDONESIA 2019 .....</b> | <b>55</b> |
| <b>GAMBAR 10 CONTOH PROMOSI DENGAN MEDIA INSTAGRAM.....</b>        | <b>56</b> |
| <b>GAMBAR 11 FLOOR PLAN .....</b>                                  | <b>72</b> |
| <b>GAMBAR 12 TAMPAK DEPAN.....</b>                                 | <b>72</b> |
| <b>GAMBAR 13 TAMPAK DALAM.....</b>                                 | <b>73</b> |
| <b>GAMBAR 14 TAMPAK DALAM.....</b>                                 | <b>73</b> |
| <b>GAMBAR 15 TAMPAK DALAM.....</b>                                 | <b>74</b> |
| <b>GAMBAR 16 LAYOUT DAPUR .....</b>                                | <b>74</b> |

## ***EXECUTIVE SUMMARY***



Sumber : Desain Penulis, 2020

Perencanaan bisnis yang disusun ini merupakan sebuah perencanaan bisnis kedai donat di Kota Cimahi. Kedai donat ini bernama *Sugarbliss Donuts & Coffee*. *Sugarbliss* sendiri diambil dari bahasa Inggris yaitu *sugar* yang berarti gula dan *bliss* yang berarti kebahagiaan. Nama ini merepresentasikan bahwa siapa saja dapat menemukan kebahagiaan jika mengonsumsi gula khususnya gula yang ada di dalam donat dan kopi yang ditawarkan. Dari nama tersebut, penulis berharap *Sugarbliss Donuts & Coffee* ini dapat menjadi pilihan pertama bagi orang-orang yang ingin merayakan kebahagiaannya maupun bagi orang-orang yang perasaannya sedang sedih untuk menghabiskan waktu dengan bersantai di kedai kami dengan nyaman sambil menyantap menu yang ditawarkan. Untuk menu yang ditawarkan dapat dilihat dari logo di atas bahwa kedai ini menawarkan donat dan kopi sebagai menu utama. Donat yang ditawarkan berbeda dari yang lain karena selain menawarkan donat topping manis, kedai ini menawarkan donat kentang krispi dengan *topping* asin dan juga donat kentang dengan *topping* cita rasa khas Indonesia. Kedai ini akan berlokasi di Jl. Sangkuriang No. 8, Cimahi.

## DAFTAR PUSTAKA

admin-oke. (2018, August 23). *SOSIALISASI KODE ETIK PARIWISATA DUNIA*.

Retrieved from Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti:

<https://stptrisakti.ac.id/sosialisasi-kode-etik-pariwisata-dunia/>

Andresen, M. (2007, June 25). *EE204: Business Management for Electrical*

*Engineers and Computer Scientists*. Retrieved from Stanford University:

<https://web.stanford.edu/class/ee204/ProductMarketFit.html>

Arifin, J. (2007). *Aplikasi Excel untuk Perencanaan Bisnis (Business Plan)*.

Jakarta: Elex Media Komputindo.

Basrowi. (2011). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia

Indonesia.

Bastian, I. (2006). *Akuntansi Sektor Publik : Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

Cimahi, B. P. (2018, Desember 26). *Indikator Kesejahteraan Kota Cimahi 2018*.

Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Cimahi:

<https://cimahikota.bps.go.id/>

Cimahi, B. P. (2019, Desember 24). *Indikator Kesejahteraan Rakyat Kota Cimahi*

*2019*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Cimahi:

<https://cimahikota.bps.go.id/>

Dessler, G. (2013). *Human Resources Management*. Pearson Education Limited .

- Fitzsimmons, J. A., J. Fitzsimmons, M., & Bordoloi, S. (2008). *ervice management: Operations, strategy, and information technology*. New York: McGraw-Hill.
- Gitman, L. J. (2009). *Principles of Managerial Finance*. Pearson Prentice Hall.
- Global Code Of Ethics For Tourism*. (2020, August). Retrieved from UNWTO: <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- Halim, A. (2008). *Akuntansi Sektor Publik; Akuntansi Keuangan Daerah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Halimahtussahdiah. (2014). Karakteristik Fisik, Kimia dan Organoleptik Donat Kentang Ready to Cook Setelah Proses Pembekuan. *Repository Universitas Andalas*, 1.
- Hani, T. M. (2019). *Penghitungan Unit COST (UC) Dan Penyusunan Tarif Rumah Sakit Dengan Metode Double Distribution (DD)*. Deepublish.
- Ichsan. (2020, Juni 21). *Kelebihan Donat Kentang Daripada Donat Biasa*. Retrieved from Kunci Berita: <https://kunciberita.com>
- Komsary, K. C. (2015, November 24). *Kode Etik Dalam Kepariwisataaan*. Retrieved from Hotel Management Binus University: <https://hotel-management.binus.ac.id/2015/11/24/kode-etik-dalam-kepariwisataan/>
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Lindawati, S., Hendri, M., & Hutahaean, J. (2020). *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Menulis.

- Nathania, Y. (2017, December 02). *Perang 5 Merek Donat Paling Terkenal di Indonesia, Siapa Juaranya?* Retrieved from IDN Times:  
<https://www.idntimes.com/food/dining-guide/yoshi/perang-5-produk-donat/5>
- Nurmalina, R., Sarianti, T., & Karyadi, A. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Papdua. (2020, April 17). *Apakah yang dimaksud dengan belanja modal?* Retrieved from Kementerian Keuangan Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan: [http://www.djpk.kemenkeu.go.id/?epkb\\_post\\_type\\_1=apakah-yang-dimaksud-dengan-belanja-modal](http://www.djpk.kemenkeu.go.id/?epkb_post_type_1=apakah-yang-dimaksud-dengan-belanja-modal)
- Pertiwi, W. K. (2020, August 03). *Jumlah Pengguna Facebook Tembus 2,7 Miliar*. Retrieved from kompas.com:  
<https://tekno.kompas.com/read/2020/08/03/12200097/jumlah-pengguna-facebook-tembus-2-7-miliar?page=all>
- Pianda, D. (2018). *Optimasi Perencanaan Produksi Pada Kombinasi Produk Dengan Metode Linear Programming*. Sukabumi: CV Jejak.
- Pratama, A. (2019, July 19). *Jumlah Pengguna Facebook Tembus 2,38 M, di RI Berapa?* Retrieved from CNBC Indonesia:  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190719144302-40-86209/jumlah-pengguna-facebook-tembus-238-m-di-ri-berapa>



- Rahayu, A. (2020, Juli 18). *Dasar - Dasar Kewirausahaan*. Retrieved from  
Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan  
Ekonomi Kreatif: <https://www.kemenparekraf.go.id/>
- Rahayu, A. (2020, Juli 28). *Siaran Pers : Pelaku Usaha Kreatif Kuliner Dibekali  
Pelatihan Daring BUKKA*. Retrieved from Kementrian Pariwisata dan  
Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif:  
<https://www.kemenparekraf.go.id/>
- Rangkuti, F. (1997). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2015). *Great Sales Forecast For Marketing*. Jakarta: PT Gramedia  
Pustaka Utama.
- Rini. (2006). *Solusi Mengelola Keuangan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rohman, T. (n.d.). *Kode Etik Pariwisata Dunia yang Harus Dipahami Tour  
Operator*. Retrieved from Phinemo: [https://phinemo.com/kode-etik-  
pariwisata-dunia-yang-harus-dipahami-tour-operator/](https://phinemo.com/kode-etik-pariwisata-dunia-yang-harus-dipahami-tour-operator/)
- Rudianto. (2006). *Akuntansi Manajemen : Informasi Untuk Pengambilan  
Keputusan Manajemen* . Grasindo.
- Saputri, G. M. (n.d.). **PENGARUH STRUKTUR ORGANISASI DAN BUDAYA  
ORGANISASI TERHADAP SISTEM**. *Survei pada Kantor Pelayanan  
Pajak di Lingkungan Kanwil Jawa Barat 1, 3.*

- Setyorini, T. (2019, Desember 31). *Survei: Orang Indonesia Lebih Suka Camilan daripada Makan Berat*. Retrieved from merdeka.com:  
<https://www.merdeka.com/>
- Siswanto. (2007). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (1996). *Prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Terjemahan*. Jakarta: Erlangga.
- Statifiansyah, F., & Gitasiswhara. (2016). PENGARUH SERVICESCAPE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION DI KAFE KUPU-KUPU. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal, Vol. VI, No. 2, 2016 - 1066, 3*.
- Steinhoff. (1979). *The World of Business*. New York: McGraw-Hill.
- Sukaatmadja, I. P., & Kerti Yasa, N. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Klaten: Lakeisha.
- Sularko, H. (2008). *How Do They Think*. Jakarta: Mosher.
- Supriyati. (2016). *Audit Laporan Keuangan Usaha Kecil dan Menengah Berbasis*. Yogyakarta: Ando Offset.
- Thamrin. (2014). *Perencanaan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tim, C. I. (2019, Oktober 08). *Asal-usul dan Varian Donat dari Berbagai Belahan Dunia*. Retrieved from CNN Indonesia:

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190927170412-262-434729/asal-usul-dan-varian-donat-dari-berbagai-belahan-dunia>

Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.