

**PERENCANAAN BISNIS “CIKUPI” COFFEE SHOP DI
KOTA MAJALENGKA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Menempuh Studi Pada
Program Diploma III



Dibuat Oleh:

ABIEL NURFAJRI

Nomor Induk: 201822959

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANG
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2022**

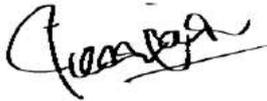
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS “CIKUPI” COFFEE SHOP DI KOTA
MAJALENGKA**

NAMA : Abiel Nurfajri
NIM : 201822959
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



Dr. Heru Rivadi, MM.Par., CHE
NIP 19660122.199603.1.001.

Pembimbing Pendamping,



Ita Maemunah, MM.Par., CHE
NIP 19761226.201101.2.003.

Penguji I,



Indriyani Handyastuti,
M.Sc.,CHE
NIP 19800121.200502.2.001.

Penguji II,



Hanna Daniati S.I.KOM,
MM.Par
NIP 19921027.201712.2.003.

Mengetahui,
Kabag. Administrasi
Akademik, Kemahasiswaan
dan kerjasama

Menyetujui,
Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.
Par.,CHRMP.
19730723 199503 2 001

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Abiel Nurfajri
Tempat/ Tanggal Lahir : Majalengka, 26 Januari 2000
NIM : 201822959

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir”**PERENCANAAN BISNIS CIKUPI COFFEE SHOP DI KOTA MAJALENGKA**” 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 Sekolah Tinggi Pariwisata 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 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, 26 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Abiel Nurfajri
201822959

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt atas seijin-nya dan berkatnya yang di berikan sehingga penulis dapat menulis dan menyelesaikan Tugas Akhir untuk syarat kelulusan dalam menempuh studi program Diploma III Jurusan *Hospitality*, Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan judul, **”PERENCANAAN BISNIS “CIKUPI” COFFEE SHOP DI MAJALENGKA”** Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini, dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L.Goeltom, S.Sos., M.Sc., Selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Dr. Lien Maulina, S.Sos., M.Pd., CHE Selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Heru Riyadi, MM.Par., CHE Selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung merangkap sebagai Dosen pembimbing I yang telah memberikan ide, saran, waktu, motivasi, dalam penyusunan Usulan Penelitian
4. Ibu Ita Maemunah, SST.Par., MM.Par., CHE Selaku pembimbing II yang telah memberikan ide, saran, waktu, motivasi, dalam penyusunan Tugas Akhir
5. Orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan Moral maupun Materil dan kasih sayangnya melalui doa doa yang melimpah sehingga penulis mampu menyelesaikan Usulan Penelitian

6. Dosen, Staff Pengajar, dan Staff Administrasi program studi Manajemen Tata Hidangan yang telah memberikan Ilmu, waktu dan juga arahan dalam pelaksanaan Usulan Tugas Akhir ini
7. Kepada teman-teman Manajemen Tata Hidangan 2018 atas Dukungan, Kebersamaan dan juga waktu selama kegiatan perkuliahan di kampus Politeknik Pariwisata NHI Bandung
8. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis dan ucapkan satu persatu, terimakasih atas semua dukungan dan bantuan dalam pembuatan Tugas Akhir.

Namun tidak lepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa adanya kekurangan baik dari segi penyusunan bahasa maupun dari segi lainnya. Oleh karena itu dengan lapang dada dan tangan terbuka, penulis membuka selebar- lebarnya bagi pembaca yang ingin memberi saran dan kritik kepada penulis agar dapat menciptakan hasil yang lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi seluruh pembaca

Halaman

PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
KATA PENGANTAR	iii

DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	8
C. Visi dan Misi	11
BAB I D. SWOT Analysis	11
E. Spesifikasi Produk	13
F. Jenis Badan Usaha	14
G. Aspek Legalitas	15
ASPEK PRODUK	17
A. Aspek dan Deskripsi Produk/Jasa	17
BAB II B. Keunggulan Produk	18
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	18
D. Penyajian dan Kemasan Produk	22
E. Mekanisme Quality Check	24
RENCANA PEMASARAN	27
A. Riset Pasar	27
B. Validasi Produk (Market Fit)	31
BAB III C. Kompetitor	36
D. Program Pemasaran	36
E. Media Pemasaran	37
F. Proyeksi Penjualan	37
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	39
A. Identitas <i>Owner</i>	39
B. Struktur Organisasi	39
BAB IV C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	40
D. Anggaran Tenaga Kerja	42
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	43
F. <i>Action Plan & Report</i>	45
BAB V ASPEK KEUANGAN	47

A. Metode Pencatatan Akuntansi	47
B. Capital Expenditure	49
C. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	54
D. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	56
DAFTAR PUSTAKA	64
BIODATA PENULIS	57

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Logo Usaha.....	9
GAMBAR 2 Lokasi Usaha.....	32
GAMBAR 3 Spesifikasi Produk.....	13
GAMBAR 4 Hasil Survey Umur Responden.....	32
GAMBAR 5 Hasil Survey Profesi Responden.....	32
GAMBAR 6 Hasil Survey Kriteria Produk Cikupi.....	33
GAMBAR 7 Hasil Survey Ketertarikan Responden Terhadap Produk Cikupi....	33
GAMBAR 8 Hasil Survey Harga Produk Cikupu.....	34
GAMBAR 9 Hasil Survey Ketertarikan Responden Terhadap Coffee Shop.....	34
GAMBAR10 Layout Lokasi Cikupi.....	43
GAMBAR11 Layout Cikupi Tampak Samping.....	44
GAMBAR12 Layout Cikupi Tampak Depan.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kunjungan Pariwisata Di Majalengka.....	1
Tabel 2 Penduduk Kabupaten Majalengka 2016-2020.....	2
Tabel 3 Hasil Survey Kuesioner Masyarakat Majalengka yang menggemari Coffee Shop.....	3
Tabel 4 Pesaing Usaha Langsung Di Majalengka.....	4
Tabel 5 Hasil kuesioner kepuasan masyarakat Majalengka terhadap Coffee Shop.....	5
Tabel 6 Produk Minuman Cikupi.....	17
Tabel 7 Rencana dan Kapasitas Produksi.....	20
Tabel 8 Contoh kemasan produk.....	23
Tabel 9 Segmentasi Pasar Cikupi.....	29
Tabel 10 Daftar Usaha atau Pesaing disekitar lokasi	35
Tabel 11 Program pemasaran Cikupi 2022.....	36
Tabel 12 Proyeksi Penjualan Cikupi 2022.....	38
Tabel 13 Struktur Organisasi Cikupi.....	40
Tabel 14 Anggaran Tenaga Kerja Cikupi.....	42
Tabel 15 Action Plan.....	46
Tabel 16 Tangibel Investment dan Depresiasi Cikupi.....	51
Tabel 17 Intangible Investment dan Amortisasi Cikupi.....	52
Tabel 18 Variable Cost.....	53
Tabel 19 Working Capital.....	54
Tabel 20 Mixed Cost Cikupi.....	55
Tabel 21 Fixed Cost Cikupi.....	55
Tabel 22 Project Income Statement Cikupi Tahun Pertama.....	58
Tabel 23 Project Income Statement Cikupi Tahun Kedua.....	59
Tabel 24 Project Income Statement Cikupi Tahun Ketiga.....	60
Tabel 25 Project Income Statement Cikupi Tahun Keempat	61
Tabel 26 Project Income Statement Cikupi Tahun Kelima.....	62
Tabel 27 Cash Flow Projection Cikupi.....	63

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. P. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In K. d. Armstrong, *Edisi ke 12* .
- Armstrong Kotler. (2008 jilid ke 1 edisi ke 12). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuangan, K. (2020). Ini Sederet Upaya Pemerintah Memajukan UMKM. *15/10/2020* , 1.
- Kementerian Keuangan. (2020). Ini Sederet Upaya Pemerintah Dalam Memajukan UMKM. *NO 15/10/2020* , 0-1.
- Trias. (2021). Definisi Dan Panduang Lengkap Mengenai OSS. *March 25, 2021* , 0-1.
- RIJAL FAHMI MOHAMADI JURNAL BY MEKARI. (2019). Analisis SWOT: Manfaat, Faktor, dan Contohnya. *26 FEB 2019* , 0-1.
- Erlangga, K. d.
- Erlangga, K. d.
- Armstrong, K. P. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In K. d. Armstrong, *Edisi ke 12* .
- Armstrong Kotler. (2008 jilid ke 1 edisi ke 12). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marsum. (December 8, 2020). Pengertian Coffe Shop Menurut Para Ahli Beserta 18 Istilah dalam Dunia Kopi. *Kumpulan Pengertian Coffe Shop Menurut Para Ahli* , 0-1.
- Mohamadi, R. F. (01 Feb 2020). Pengertian Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal By Mekari* .
- Prastya, I. (23 September 2021). Pengertian dan Tujuan UMKM. *Kriteria Usaha Mikro* .
- Investree. (2021, 09 04). Simak Pengertian Perencanaan Produksi Beserta Fungsinya. 1.
- Rohim, I. (2018, 06 07). Penentuan Kapasitas Produksi.
- Universitas Bung Hatta (FEB). (2020, 10 15). Apa Yang Dimaksud Dengan Perencanaan Kapasitas?
- Prawiro, M. (2020, 09 22). Pengertian SOP: Memahami Apa Itu SOP, Tujuan, Fungsi, Manfaat, dan Prinsip SOP.
- BEM FE Universitas Muhammadiyah Semarang. (2021, 04 22). Mengenal Segmenting, Targetting, dan Positioning (STP) Marketing.
- Rita. (2020, 07 27). Servicescape.
- Abdhul, Y. (2021, 10 29). Riset Pemasaran: Pengertian, Tujuan, dan Proses.