



RENCANA BISNIS

PENDIRIAN USAHA MINUMAN “TEH REMPAH”

DI KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Edwin Gunawan

75190070@student.kwikkiangie.ac.id , Edwingunawan60@gmail.com

Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter – Jakarta Utara, 14350

Telp : (021)65307062 / Fax : 6530 6971

ABSTRAK

Edwin Gunawan / 75190070 / 2023 / Rencana Bisnis Pendirian Usaha Teh Rempah di Kelapa Gading, Jakarta Utara / Pembimbing : Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Teh Rempah merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang menjual produk minuman teh rempah dan kue khas tradisional dari negara Indonesia. Teh Rempah menyediakan berbagai produk makanan dan minuman dengan kadar gula yang terjaga untuk memberikan manfaat kesehatan yang lebih baik dengan rasa yang enak.

Teh Rempah memiliki jenis dan ukuran usaha yang tergolong dalam usaha kecil yang akan berlokasi di dalam Mal Artha Gading dengan alamat yang berada di Jl. Artha Gading Selatan. No.1, Kelapa Gading Barat, Kecamatan. Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 14240. Teh Rempah dapat diakses dan dihubungi melalui email dengan alamat tehrempah@gmail.com atau nomor telepon di 0859106619915.

Teh Rempah menyediakan berbagai produk minuman kesehatan dengan berbagai pilihan varian menu Original Teh Rempah, Ginger Lemon Tea, dan Roselle Tea, serta produk makanan, dengan pilihan menu : Kue Soes dan Singkong.

Teh Rempah memiliki metode penjualan yang dilakukan dengan sistem online dan offline. Teh Rempah juga memiliki alur produksi rencana operasi yang baik untuk meningkatkan efisiensi usaha, berkomitmen menjaga hubungan yang baik dengan pihak pemasok, dan membantu dalam memberikan kualitas pelayanan yang profesional dalam menjalankan kegiatan operasional usaha Teh Rempah.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan usaha, Teh Rempah membutuhkan tenaga kerja berupa sumber daya manusia (SDM) yang dipilih dan diseleksi melalui metode rekrutmen, wawancara, seleksi, dan orientasi lingkungan usaha. Teh Rempah membutuhkan tenaga kerja sebanyak empat orang karyawan dengan pembagian jabatan berupa manajer, barista, baker, dan admin media sosial. Selain itu, Teh Rempah juga telah menyediakan pedoman kerja berupa *Standard Operating Procedure* (SOP) dan memberikan pelatihan tenaga kerja untuk meningkatkan kemampuan pelayanan dan profesionalitas kerja.

Investasi awal yang dibutuhkan usaha Teh Rempah memiliki perkiraan biaya sebesar Rp.118.213.110. Dana yang diinvestasikan tersebut akan digunakan sebagai kas dana darurat dan sebagai pendanaan



modal awal yang diperlukan untuk melakukan pembukaan usaha Teh Rempah. Mengetahui potensi keberhasilan usaha merupakan hal yang sangat penting dalam menentukan tingkat kelayakan dari usaha yang akan dijalankan. Untuk itu, Teh Rempah telah melakukan perhitungan berupa analisis kelayakan usaha dengan metode dan hasil sebagai berikut : *Payback Period* (PP) dari usaha Teh Rempah akan mencapai titik balik modal dengan perkiraan waktu selama 6 bulan dan 16 hari, *Net Present Value* (NPV) memiliki perolehan nilai lebih besar dari 0 yaitu Rp.217.123.033, *Profitability Index* (PI) menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1 yaitu 2,836 dan analisis *Break-Even-Point* (BEP) dengan nilai penjualan yang mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa usaha Teh Rempah merupakan usaha yang dapat dijalankan dan layak untuk direkomendasikan.

Kata Kunci : Rencana Bisnis, Teh Rempah, Sehat, Tradisional, UMKM Teh

ABSTRACT

Edwin Gunawan / 75190070 / 2023 / Business Plan for Establishing a Spice Tea Business in Kelapa Gading, North Jakarta / Supervisor : Drs. Wiwin Prastio, M.M.

Teh Rempah is a business engaged in the food and beverage sector that sells spice tea products and traditional cakes from Indonesia. Teh Rempah provides a variety of food and beverage products with maintained sugar levels to provide better health benefits with good taste.

Teh Rempah has a type and size of business that is classified as a small business that will be located inside Artha Gading Mall with an address located at Jl. Artha Gading Selatan. No.1, Kelapa Gading Barat, District. Kelapa Gading, North Jakarta, Special Capital Region of Jakarta, 14240. Teh Rempah can be accessed and contacted via email at tehrempah@gmail.com or telephone number at 0859106619915.

Teh Rempah provides a variety of health drink products with a wide selection of menu variants: Original Teh Rempah, Ginger Lemon Tea, and Roselle Tea, as well as food products, with menu options: Soes and Cassava Cake.

Teh Rempah has a sales method that is carried out with an online and offline system. Teh Rempah also has a good production flow operation plan to improve business efficiency, is committed to maintaining good relationships with suppliers, and assists in providing professional quality services in carrying out Teh Rempah business operations.

In improving the quality of business services, Teh Rempah requires a workforce in the form of human resources (HR) who are selected and selected through recruitment, interviews, selection, and business environment orientation methods. Teh Rempah requires a workforce of four employees with the division of positions in the form of managers, baristas, bakers, and social media admins. In addition, Teh Rempah has also provided work guidelines in the form of Standard Operating Procedures (SOP) and provided labor training to improve service capabilities and work professionalism.

The initial investment required for the Spice Tea business has an estimated cost of Rp.118,213,110. The invested funds will be used as emergency cash and as initial capital funding needed to open the Spice Tea business.

Knowing the potential success of a business is very important in determining the feasibility level of the business to be run. For this reason, Teh Rempah has calculated a business feasibility analysis with the following methods and results: The *Payback Period* (PP) of the Spice Tea business will reach a turning point with an estimated time of 6 months and 14 days, *Net Present Value* (NPV) has a value greater than 0, namely Rp.217.123.033, *Profitability Index* (PI) produces a value greater than 1, namely 2.836 and

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Break-Even-Point (BEP) analysis with a sales value that has increased every year. So, it can be concluded that the Spice Tea business is a business that can be run and is worth recommending.

Keywords : Business Plan, Spice Tea, Healthy, Traditional, MSME Tea

PENDAHULUAN

Konsep Bisnis

Teh Rempah merupakan usaha kedai teh yang menyajikan berbagai minuman tradisional yang terbuat dari rempah – rempah alami dan kue tradisional yang khas dari Indonesia. Teh Rempah memiliki konsep yang dapat memberikan kenyamanan untuk duduk santai dengan minuman teh rempah dan kue tradisional. Cita rasa teh rempah yang kuat dan kue tradisional khas Indonesia yang manis dapat memberikan rasa yang seimbang saat dikonsumsi secara bersamaan. Lokasi usaha Teh Rempah memiliki alamat yang terletak pada Jl. Artha Gading Selatan. No.1, Kelapa Gading Barat, Kecamatan. Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 14240. Produk – Produk yang disediakan oleh Teh Rempah dapat dipesan secara online maupun offline dengan mendatangi lokasi usaha secara langsung atau menggunakan aplikasi penyedia jasa layanan pengantaran makanan, seperti Grab dan Gojek untuk melakukan pemesanan.

Visi

Visi Teh Rempah “Untuk membuat Teh Rempah menjadi merek penyedia minuman teh rempah dan kue tradisional yang terdepan di Indonesia dan menjadi perusahaan nasional yang mengutamakan produk minuman kesehatan bagi masyarakat di Indonesia”.

Misi

Berikut ini adalah Misi dari Teh Rempah yaitu :

- Menyediakan produk Teh Rempah dengan fasilitas yang nyaman dan berkualitas.
- Mengembangkan sistem dan sumber daya manusia yang terlatih secara baik.
- Menyajikan berbagai jenis minuman teh rempah dengan rasa dan penyajian yang baik.
- Menyajikan teh rempah dengan cita rasa yang disukai oleh masyarakat Indonesia.
- Memberikan pelayanan yang profesional dan terbaik untuk para konsumen yang datang.

Pesaing Bisnis

Persaingan antara perusahaan dalam dunia usaha merupakan hal yang wajar dan tidak dapat dihindari. Persaingan merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan memenangkan hati pelanggan. Untuk mendapatkan strategi terbaik, Teh Rempah telah melakukan analisis dan menetapkan beberapa pesaing potensial dengan bidang usaha sejenis, yaitu : Teh Enam Tiga dan Simply. Berdasarkan analisis Competitive Profile Matrix (CPM), Teh Rempah memiliki keunggulan usaha yang diperoleh dari berbagai faktor kunci kesuksesan dan penilaian yang dilakukan menggunakan survei terhadap masyarakat dan observasi pesaing secara langsung dengan metode wawancara. Hasil analisis CPM yang dilakukan, Simply memperoleh peringkat pertama dengan total nilai sebesar 3,61 poin. Sedangkan usaha Teh Rempah menempati peringkat kedua dengan total nilai sebesar 3,22 poin dan Teh Enam Tiga yang memperoleh peringkat terakhir dengan total nilai sebesar 3,9 poin.

Kebutuhan Dana

Dalam memperoleh dana yang dibutuhkan, Teh Rempah akan menggunakan modal usaha yang berasal dari dana milik pribadi dengan jumlah sebesar Rp 118.213.110 untuk membangun usaha Teh Rempah.



RENCANA PRODUK/JASA, KEBUTUHAN OPERASIONAL, DAN MANAJEMEN

Rencana Alur Produk

1. Alur produk dalam sebuah usaha merupakan serangkaian proses yang menggambarkan rencana proses yang dilakukan secara keseluruhan dari awal hingga akhir dalam melakukan pembuatan, pengembangan, dan sistem yang digunakan untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan. Rencana alur produk yang akan diterapkan oleh Teh Rempah adalah dengan menggunakan alur proses secara langsung dan pemesanan online yang dapat dilakukan melalui aplikasi yang menyediakan jasa pengantaran seperti Go-jek, Grab, dan lainnya, untuk memesan dan menikmati produk yang disediakan oleh Teh Rempah

Rencana Alur Pembelian dan Penggunaan Bahan Persediaan

Pengendalian alur pembelian dan pengendalian persediaan merupakan hal yang sangat penting untuk menghindari terjadinya kelebihan dan kekurangan persediaan barang. Dengan mengendalikan alur pembelian, perusahaan dapat menghindari kekurangan stok yang dapat menyebabkan kerugian atau melakukan menyimpan stok barang secara berlebihan. Selain itu, melakukan pengendalian barang juga dapat memberikan dampak yang besar untuk keberlangsungan usaha. Hal ini disebabkan perlunya melakukan penyimpanan persediaan untuk memenuhi target penjualan dan mengantisipasi keadaan darurat yang terjadi. Dalam menjaga persediaan dan pembelian, Teh Rempah akan melakukan pengendalian bahan baku melalui kegiatan stock opname yang dilakukan secara rutin di setiap minggunya. Hal ini penting dilakukan untuk selalu menjaga kualitas dan ketersediaan bahan baku tetap dalam keadaan baik dan sesuai dengan standar perusahaan.

Rencana Kebutuhan Teknologi dan Peralatan Usaha

Kebutuhan teknologi dan peralatan pada usaha saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk membantu dan mengembangkan sebuah usaha. Tanpa adanya teknologi dan peralatan, perusahaan akan mengalami kesulitan untuk menjalankan dan mempertahankan usaha yang akan dijalankan untuk jangka waktu yang panjang. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, perusahaan dapat melakukan optimalisasi pengoperasian usaha dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha serta memberikan pelayanan dan kenyamanan yang lebih baik untuk menjaga kepuasan pelanggan. Berikut ini adalah peralatan yang akan digunakan oleh Teh Rempah untuk mengoperasikan usaha yaitu : Dispenser, Kompor, Kulkas, Flake Ice Maker. Termos, Oven, Wireless Fidelity (Wi-Fi), Closed Circuit Television (CCTV), dan Mesin Kasir Electronic Data Capture (EDC).

STRATEGI BISNIS

Strategi Pemasaran

1. Diferensiasi

Teh Rempah melakukan strategi diferensiasi dengan berkomitmen untuk menghindari penggunaan bahan baku yang memiliki kandungan beracun glukosa tinggi yang dapat memberikan dampak buruk bagi kesehatan tubuh. Sehingga, Teh Rempah ingin memperkenalkan konsep produk makanan dan minuman yang lebih sehat dengan menggunakan madu dan gula aren untuk menciptakan rasa manis pada setiap produk yang disajikan oleh Teh Rempah. Pemilihan bahan-bahan tersebut dilakukan karena memiliki risiko yang lebih rendah dan dapat memberikan manfaat kesehatan ketika dikonsumsi oleh tubuh

2. Positioning

Teh Rempah akan mencoba untuk menempatkan produk atau usaha mereka dengan tepat dalam hati pelanggan agar dapat dikenali dan diminati oleh target pasar yang dituju. Untuk itu, Teh



Rempah akan menempatkan diri di hati pelanggan sebagai produk usaha teh rempah yang sehat atau health positioning dengan manfaat, kandungan yang terjaga, dan cita rasa yang khas dari Indonesia, memberikan *sticker*, dan menyediakan *tote bag* atau tas belanja dengan identitas Teh Rempah untuk mengingatkan pelanggan terhadap produk dan usaha Teh Rempah

3. Penetapan Harga

Penetapan harga yang tepat sangat penting untuk memaksimalkan penjualan dan memenangkan persaingan di pasar untuk memperoleh laba yang akan diterima. Terdapat berbagai metode dan strategi yang dapat digunakan untuk menetapkan harga barang dan jasa. Berikut ini adalah beberapa metode penetapan harga produk yang dapat digunakan oleh perusahaan :

- a. Customer Value – Based Pricing
- b. Cost – Based Pricing
- c. Competition – Based Pricing

Dari berbagai metode dan strategi penetapan harga yang ada, Teh Rempah menggunakan strategi penetapan harga dengan metode *Cost – Based Pricing* untuk menentukan harga jual yang diinginkan. Strategi ini dipilih oleh Teh Rempah untuk memberikan harga yang adil dengan jumlah yang tepat sesuai dengan biaya yang dibutuhkan dengan berdasarkan analisis untuk menjalankan usaha dan memperoleh laba yang diinginkan. Teh Rempah akan menentukan harga produk berdasarkan jumlah takaran bahan baku yang digunakan pada setiap produk makanan atau minuman yang akan disajikan. Penetapan harga akan dilakukan secara satuan dengan menperhitungan ukuran kemasan, harga beli bahan baku, dan jumlah bahan baku yang digunakan dalam penyajian produk.

Strategi Promosi

1. Advertising

Advertising berperan penting dalam memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan untuk meningkatkan kesadaran merek usaha di dalam pikiran masyarakat. Dengan mengiklankan produk atau jasa secara baik dan menarik. Perusahaan dapat melakukan pemasangan iklan usaha dengan memperhatikan jenis konten dan segmentasi usaha yang akan dituju untuk memperoleh hasil yang lebih efektif dan sesuai dengan target penjualan.

Terdapat beberapa cara untuk mengiklankan produk dapat dilakukan dengan menggunakan media surat kabar, media sosial dan website. Dalam melakukan pengiklanan, Teh Rempah akan mengiklankan produk dan merek melalui promosi yang dilakukan dengan media sosial dan website untuk memperkenalkan Teh Rempah kepada masyarakat dan calon pelanggan.

2. Sales Promotion

Sales promotion atau promosi penjualan merupakan salah satu metode untuk melakukan promosi usaha yang dijalankan. Promosi penjualan dilakukan dengan menawarkan produk dan promosi secara insentif kepada pelanggan agar pelanggan ingin membeli produk atau jasa tertentu. Penjualan dengan metode sales promotion yang baik dapat meningkatkan penjualan dan menarik perhatian pelanggan dengan memberikan penawaran khusus seperti, diskon harga, kupon diskon, hadiah langsung, hadiah dengan pembelian tertentu, program loyalitas, dan penawaran paket hemat.

Teh Rempah sendiri akan melakukan sales promotion dengan melakukan pemberian promosi pemotongan harga dan strategi beli 1 gratis 1 untuk memperkenalkan usaha Teh Rempah dan menarik perhatian pelanggan pada periode pembukaan, serta pada berbagai hari raya besar yang akan diperingati disetiap tahunnya.



3. Personal Selling

Personal selling dilakukan sebagai metode promosi dengan menjalin hubungan langsung dengan calon pelanggan potensial untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Personal selling merupakan hal yang penting untuk membantu berbagai permasalahan yang dialami oleh pelanggan seperti dalam memilih produk atau jasa yang tepat, memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang produk atau jasa yang ditawarkan, menjawab pertanyaan yang diajukan oleh calon pelanggan, dan membantu pelanggan dalam menentukan produk atau jasa yang ingin dibeli.

Dalam melakukan personal selling, Teh Rempah akan mempromosikan produk yang dijual melalui pertemuan langsung dengan mengikuti berbagai bazaar makanan dan minuman, serta melalui *customer service* atau pelayanan pelanggan pada media sosial secara *online* untuk memperkenalkan produk dan memberikan promosi yang dapat meningkatkan penjualan.

4. Public Relation

Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat, merupakan strategi yang digunakan untuk mempromosikan usaha dengan membangun dan menjaga citra perusahaan dan hubungan baik antara pelanggan dengan pihak perusahaan. Dengan menciptakan hubungan yang baik, Teh Rempah dapat memperluas jangkauan pasar di masyarakat, dan membangun merek yang lebih profesional di hadapan masyarakat.

Teh Rempah akan membangun relasi yang baik dengan masyarakat melalui media sosial dengan memberikan informasi dan fakta menarik mengenai manfaat kesehatan dari produk – produk Teh Rempah. Selain itu, Teh Rempah akan mengadakan berbagai kegiatan yang dapat meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan melalui kegiatan kerja sama untuk mengadakan acara seminar dan melakukan kegiatan sosial untuk membantu meningkatkan promosi dan membagikan produk Teh Rempah berupa sampel secara gratis untuk membangun citra merek dan kepercayaan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh Teh Rempah.

5. Direct Marketing

Direct marketing atau yang biasa dikenal sebagai pemasaran langsung, adalah promosi yang dilakukan oleh bisnis untuk mendapatkan umpan balik atau tanggapan langsung dari pelanggan. Pemasaran secara langsung dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti, melakukan pengrimian pesan secara *online* melalui media sosial, dan menghampiri secara langsung untuk membagikan brosur atau *flyer* kepada calon pelanggan potensial yang telah ditargetkan. Teh Rempah akan melakukan strategi *direct marketing* untuk membagikan berbagai informasi dan promosi usaha kepada pelanggan yang memiliki kesesuaian dengan segmentasi usaha yang telah ditetapkan.

RENCANA ORGANISASI

Struktur organisasi yang dimiliki oleh perusahaan Teh Rempah terbagi menjadi empat struktur yang terdiri tiga buah bagian atau department yang berangotakan satu orang barista, satu orang *baker*, dan satu orang admin media sosial yang berpusat kepada seorang pemimpin untuk menjalankan usaha.

Untuk memenuhi kebutuhan produksi dan operasional usaha di lokasi usaha, Teh Rempah akan membutuhkan dua orang tenaga kerja yang bekerja secara *full time* atau penuh dalam satu hari kerja. Pemberlakuan jumlah tenaga kerja ini dilakukan oleh Teh Rempah dengan tujuan untuk memperkerjakan tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan usaha yang saat ini masih memiliki golongan jenis usaha kecil. Sehingga Teh Rempah hanya memperkerjakan dua orang tenaga kerja untuk menjalankan usaha dan sebagai strategi untuk menghemat biaya tenaga kerja yang dikeluarkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



RENCANA KEUANGAN

Melalui berbagai metode analisis yang telah dilakukan, usaha yang dijalankan oleh Teh Rempah dapat disimpulkan sebagai usaha yang layak untuk dijalankan dan layak untuk direkomendasikan. Teh Rempah telah menyediakan beberapa data dari hasil perhitungan analisis kelayakan usaha dengan metode dan perolehan sebagai berikut : *Payback Period* (PP) dari usaha Teh Rempah akan mencapai titik balik modal dengan perkiraan waktu selama 6 bulan dan 14 hari, *Net Present Value* (NPV) memiliki perolehan nilai lebih besar dari 0 yaitu Rp.217.123.033, *Profitability Index* (PI) menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1 yaitu 2,836, dan analisis *Break-Even-Point* (BEP) dengan nilai penjualan yang diperoleh memiliki hasil yang lebih tinggi dari nilai BEP dan mengalami peningkatan penjualan yang terjadi disetiap tahunnya.

PENGENDALIAN RISIKO USAHA

Analisis risiko pada usaha adalah sebuah strategi yang dilakukan untuk meminimalisir terjadinya potensi kerugian usaha selama melakukan kegiatan operasional usaha. Risiko usaha yang terjadi dapat berasal dari berbagai faktor internal maupun eksternal perusahaan seperti kondisi pasar, kemampuan finansial, kelalaian manusia atau *human error*, peraturan pemerintah, lingkungan, dan persaingan usaha. Sehingga, untuk mencegah terjadinya risiko usaha diperlukan pengendalian tingkat risiko usaha yang dilakukan secara rutin setiap harinya untuk meningkatkan kinerja usaha.

Berikut ini merupakan beberapa resiko usaha dan antisipasi risiko usaha yang dilakukan oleh Teh Rempah :

1. Munculnya Pesaing atau Pendetang Baru

Dalam menghadapi dan mengantisipasi munculnya pesaing atau pendatang baru, Teh Rempah akan terus melakukan inovasi terhadap pelayanan dan kualitas produk, serta melakukan promosi yang dapat menarik minat pelanggan untuk datang mengunjungi Teh Rempah. Selain itu, Teh Rempah juga akan mempertahankan konsistensi pada kualitas produk untuk terus menjaga kepercayaan dan nilai pelanggan.

2. Operasional Usaha

Antisipasi risiko operasional usaha pada usaha Teh Rempah akan dilakukan dengan memperhatikan kinerja serta memberikan pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan kemampuan dan profesionalitas kerja yang dimiliki oleh setiap karyawan. Selain itu, Teh Rempah juga telah menetapkan sistem *standard operating procedure* (SOP) untuk tiap bagian dan menerepakan budaya sistem pemeriksaan secara berulang atau double checking untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam melakukan kegiatan operasional usaha.

3. Reputasi Usaha

Menjaga reputasi usaha merupakan hal yang harus dilakukan dan dipertahankan oleh setiap pelaku usaha, Dalam mempertahankan reputasi usaha, dibutuhkan strategi usaha yang baik untuk mengantisipasi terjadinya dampak negatif dan ancaman yang dapat terjadi pada perusahaan. Untuk itu, berbagai langkah antisipasi telah dipersiapkan oleh Teh Rempah untuk mencegah terjadinya risiko pada reputasi usaha, diantaranya seperti selalu menjaga etika dalam usaha ataupun saat berhadapan dengan pelanggan, menjaga kualitas produk dan pelayanan Teh Rempah, meningkatkan nama baik dan citra merek usaha, serta memberikan bukti pelayanan atau testimoni pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.



DAFTAR PUSTAKA

Daftar Buku :

- Brigham, Eugene F., Joel F. Houston (2018), *Fundamentals of Financial Management*, Edisi 15, United States of America : Cengage.
- David, Fred R., Forest R. David (2017), *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts*, Edisi 16, Global Edition, United States of America : Pearson Education.
- Dessler, Gary (2020), *Human Resources Management*, Edisi 16, United States of America : Pearson Education.
- Kotler, Philip., Gary Armstrong (2018), *Principial of Marketing*, Edisi 17, Global Edition, United States of America : Pearson Education.
- Kotler, Philip, Kevin Keller, & Alexander Chernev (2021), *Marketing Management*, Edisi 16, Global Edition, United States of America : Pearson Education.
- Robbins, Stephen P., Marry A. Coulter (2018), *Management*, Edisi 14, Global Edition, Malaysia : Pearson Education.
- Robbins, Stephen P., Timothy A. Judge (2018), *Essential of Organizational Behavior*, Edisi 14, Global Edition, United States of America : Pearson Education.
- Sheridan, Titman, Arthue J. Keown, & John D. Martin (2018), *Financial Management: Principles & Applications*, Edisi 13, United States of America : Pearson Education.

Daftar Website :

- Ansari, Rifqi. (2023), *Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Industri Makanan dan Minuman*, diakses 7 Mei 2023, <https://agro.kemenperin.go.id/artikel/6419-kebijakan-pemerintah-dalam-pengembangan-industri-makanan-dan-minuman.%20Accessed%20Jumat%20Februari%202021>
- Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Utara (2023), *Jumlah Penduduk Kota Jakarta Utara 2018-2020*, diakses 9 Maret 2023, [BPS Kota Jakarta Utara](https://bps.kota.jakarta.go.id/)
- Bank Indonesia (2023), *BI 7-Day Reverse Repo Rate (BI7DRR) sebesar 5,75%: Sinergi Menjaga Stabilitas dan Mendorong Pertumbuhan*, diakses 10 Mei 2023, https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_256523.aspx
- CNN Indonesia (2019), *Mengenal Jenis-jenis Teh Paling Populer di Dunia*, diakses 27 Februari 2023, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190724163200-262-415163/mengenal-jenis-jenis-teh-paling-populer-di-dunia>
- Databoks.katadata.co.id (2022), *Pendapatan Penduduk Indonesia Tumbuh 13,96% Menjadi Rp71 juta per Tahun pada 2022*, diakses 11 Juni 2023, [Pendapatan Penduduk Indonesia Tumbuh 13,96% Menjadi Rp71 juta per Tahun pada 2022 \(katadata.co.id\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/01/pendapatan-penduduk-indonesia-tumbuh-13-96-menjadi-rp71-juta-per-tahun-pada-2022)
- Databoks.katadata.co.id (2023), *BPS: Garis Kemiskinan di DKI Jakarta Naik 5,23% (Data September 2022)*, diakses 2 Mei 2023, [BPS: Garis Kemiskinan di DKI Jakarta Naik 5,23% \(Data September 2022\) \(katadata.co.id\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/02/garis-kemiskinan-di-dki-jakarta-naik-5-23-data-september-2022)
- Databoks.katadata.co.id (2023), *Inflasi Indonesia Naik Lagi pada Februari 2023*, diakses 7 Maret 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/01/inflasi-indonesia-naik-lagi-pada-februari-2023>



- Fauzy, A.N. (2021). *Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Bisnis dan Kehidupan Sosial*, *Kompasiana*, diakses 10 Mei 2023, <https://www.kompasiana.com/ahmadnurfauzy7646/60f311c01525107d5f2e1292/dampak-perkembangan-teknologi-terhadap-bisnis-dan-kehidupan-sosia>
- Gurubelajarku.com (2023), *Payback Period: Pengertian, Rumus, Kelebihan, Kekurangan, Contoh Soal*, diakses 14 Juli 2023, [Payback Period \(Pengertian, Rumus, Kelebihan, Contoh\) | Guru Belajarku](#)
- Gurubelajarku.com (2023), *Rumus NPV (Net Present Value): Pengertian, Rumus, Tabel FVIFA, dan Contoh Soal*, diakses 14 Juli 2023, [Rumus NPV \(Net Present Value\): Pengertian, Rumus, Tabel, Contoh Soal \(gurubelajarku.com\)](#)
- HSB.co.id (2023), *Profitability Index*, diakses 14 Juli 2023, [Profitability Index | HSB Investasi](#)
- Kemenko PMK (2020), *Pemerintah Dukung Pengembangan Obat Herbal Di Masa Pandemi Covid-19*, 8 Maret 2023, <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-dukung-pengembangan-obat-herbal-di-masa-pandemi-covid-19>
- Kompas.com (2023), *Daftar Tarif Listrik Per Kwh yang Berlaku Mulai April-Juni 2023*, diakses 2 Mei 2023, <https://www.kompas.com/tren/read/2023/04/02/141500765/daftar-tarif-listrik-per-kwh-yang-berlaku-mulai-april-juni-2023>
- Kompas.com (2023), *8 Jenis Kartu ATM BCA: Biaya Admin, Limit, dan Fitur Pembedanya*, diakses 18 Mei 2023, <https://money.kompas.com/read/2022/04/27/111942526/8-jenis-kartu-atm-bca-biaya-admin-limit-dan-fitur-pembedanya?page=all>
- Kompas.com (2022), *10 Mal di Jakarta yang Paling Banyak Dikunjungi Menurut Peduli Lindungi*, diakses 10 Maret 2023, <https://travel.kompas.com/read/2022/02/09/155046927/10-mal-di-jakarta-yang-paling-banyak-dikunjungi-menurut-pedulilindungi>
- Lamudi.com (2023), *Sewa Kios Dekat Lobby Utama Mall Artha Gading Uk 4 x4 m Jakarta Utara*, diakses 24 April 2023, <https://www.lamudi.co.id/sewa-kios-dekat-lobby-utama-mall-artha-gading-uk-4-166081300471.html>
- Liputan6.com (2022), *75 Persen Milenial dan Gen Z Ubah Pola Makan Jadi Lebih Sehat Selama Pandemi COVID-19*, diakses 25 Februari 2023, <https://www.liputan6.com/health/read/4943874/75-persen-milenial-dan-gen-z-ubah-pola-makan-jadi-lebih-sehat-selama-pandemi-covid-19>
- Medcom.id (2020) *Ragam Tradisi Minum Teh dari Berbagai Negara di Dunia*, diakses 27 Februari 2023, <https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/xkEY2Yek-ragam-tradisi-minum-teh-dari-berbagai-negara-di-dunia>
- Media Indonesia (2022), *Masyarakat Semakin Minati Produk Minuman Sehat*, diakses 8 Maret 2023, <https://mediaindonesia.com/ekonomi/521636/masyarakat-semakin-minati-produk-minuman-sehat>
- Mekari.com (2023), *Ketahui Cara Menghitung Break Even Point (BEP) Unit dan Rupiah*, diakses 14 Juli 2023, <https://mekari.com/blog/cara-menghitung-bep/#:~:text=Berikut%20rumus%20BEP%20untuk%20unit,Unit%20x%20BEP%20per%20U>
- Myrepublic.co.id (2023), *Paket Internet dan TV Kabel*, diakses 3 Mei 2023, <https://www.myrepublicfastinternet.com/2018/04/paket-internet-residential.html>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



National Geographic (2022), *Dua Gelas Teh Per Hari Dikaitkan dengan Risiko Kematian Lebih Rendah*, diakses 30 Juli 2023, [Dua Gelas Teh Per Hari Dikaitkan dengan Risiko Kematian Lebih Rendah - Semua Halaman - National Geographic \(grid.id\)](https://www.grid.id)

Noice.co.id (2023), *Macam & Manfaat Rempah-Rempah Indonesia, Nilainya Pernah Lebih Tinggi dari Emas*, diakses 25 Februari 2023, <https://www.noice.id/info-terbaru/macam-manfaat-rempah-rempah-indonesia-nilainya-terkadang-lebih-tinggi-dari-emas/>

Pajakku.com (2021), *Tata Cara Membuat NPWP Usaha Dagang*, diakses 22 Maret 2023, <https://www.pajakku.com/read/60cafb8c58d6727b1651aae9/Tata-Cara-Membuat-NPWP-Usha-Dagang>

Pamjaya.co.id (2023), *Tarif Air Minum*, diakses 2 Mei 2023, <https://www.pamjaya.co.id/infopelanggan>

Rumah.com (2023), *Ini Biaya per KWh Golongan Tarif Listrik yang Perlu Anda Tahu*, diakses 2 Mei 2023, <https://www.rumah.com/panduan-properti/biaya-per-kwh-golongan-tarif-81803>

Statista.com (2023), *Tea – Indonesia*, diakses 6 Juli 2023, [Tea - Indonesia | Statista Market Forecast](https://www.statista.com/markets/indonesia/tea/)

Support Online Pajak (2022), *Memahami dengan Jelas Syarat dan Cara Membuat NPWP*, diakses 20 Maret 2023, <https://support.online-pajak.com/en/hc/syarat-membuat-npwp>

Daftar Undang – Undang dan Peraturan Pemerintah :

Republik Indonesia. 2003. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan*. Lembaga Negara RI Nomor 13 Tahun 2003. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2008 Tentang Pengelolaan Sampah*. Lembaga Negara RI Nomor 18 Tahun 2008. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2008. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaga Negara RI Nomor 20 Tahun 2008. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2009. *Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Lembaga Negara RI Nomor 32 Tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2016, *Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Hari Raya Keagamaan Bagi Pekerja/Buruh di Perusahaan*. Negara RI Nomor 6 Tahun 2016. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2021. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2021 Tentang Pengupahan*. Lembaga Negara RI Nomor 36 Tahun 2021. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. 2022. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 55 Tahun 2022 Tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan*. Lembaga Negara RI Nomor 55 Tahun 2022. Sekretariat Negara. Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Penyalinan yang tidak sah akan dipertanggungjawabkan secara hukum.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PERSETUJUAN RESUME
KARYA AKHIR MAHASISWA

Telah terima dari

Nama Mahasiswa / I : Edwin Gunawan

NIM : 75190070

Tanggal Sidang : 10 Agustus 2023

Judul Karya Akhir : Rencana Bisnis Pendirian Usaha Minuman

"Teh Rempah" di kelapa Gading, Jakarta Utara

Jakarta, 23 / Agustus 20 23

Mahasiswa/I

(Edwin Gunawan)

Pembimbing

(Wiwil Parah) 23/8/23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.