

**PERENCANAAN BISNIS MINUMAN
MATCHA CI
TUGAS AKHIR**



**ROSI RISMAWATI
(1211001043)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.

NAMA : ROSI RISMAWATI

NIM 1211001043

Tanda Tangan : 

Tanggal : 7 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Ini Diajukan Oleh :

Nama : Rosi Rismawati

Nim 1211001043

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Judul skripsi : Perencanaan Bisnis Minuman Matcha Ci

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Raden Aryo Febian, S.E., M.M. ()

Penguji 1 : Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M. ()

Penguji 2 : Dr. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. ()

Ditetapkan di Jakarta,

Tanggal : 7 September 2026

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perencanaan Bisnis Minuman Matcha Cì”. Proses penyusunan skripsi ini bukanlah perjalanan yang singkat dan mudah, melainkan melalui berbagai tantangan, pembelajaran, dan pengalaman yang berharga. Hanya berkat pertolongan Allah SWT, doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, karya ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, ketabahan, dan kesempatan kepada penulis. Setiap kemudahan yang datang adalah bukti kasih sayang-nya, dan setiap kesulitan yang dilalui menjadi pelajaran berharga yang mematangkan diri penulis.
2. Bapak Raden Aryo Febrian, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan, dan perhatian, membimbing penulis selama proses persiapan hingga penyusunan skripsi ini. Berbagai masukan, arahan, dan ilmu yang beliau berikan bukan hanya membantu secara teknis, tetapi juga menumbuhkan cara berpikir kritis, disiplin, dan profesional dalam diri penulis.
3. Orang tua tercinta dan keluarga besar, yang menjadi sumber kekuatan terbesar. Doa yang tidak pernah putus, dukungan moral maupun materi, serta pengorbanan yang tak ternilai menjadi alasan penulis mampu sampai pada tahap ini. Setiap langkah yang penulis tempuh adalah hasil dari cinta yang tulus dari orang tua.
4. Seluruh dosen dan staf Universitas Bakrie, yang telah membagikan ilmu, pengalaman, dan bimbingan sejak awal masa perkuliahan hingga selesai. Setiap pelajaran, baik akademis maupun non-akademis, telah memberikan bekal berharga bagi penulis untuk menghadapi dunia kerja di masa depan.
5. Saiful Anwar, yang turut berperan penting dalam proses perencanaan bisnis ini. Terima kasih atas ilmu, arahan, serta pengalaman yang telah dibagikan kepada penulis, khususnya dalam memahami dunia bisnis. Dukungan dalam bentuk motivasi maupun bantuan yang diberikan menjadi salah satu faktor penting yang

membantu penulis dalam menyusun dan mengembangkan ide usaha ini. Segala kebaikan dan jasa yang diberikan sangat berarti bagi penulis.

6. Sahabat-sahabat tersayang: Onew, Jilal, Laras, Lulis, Gege, Ara, Dian, Fajar, Fadhel, Nadira, Arum, Satya, Ipul, dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Lalu kucing-kucingku tersayang: Leo, Adek, Jerry, Ceri, Moci, Lea, Labubu, Oyen, dan Bob. Terima kasih telah memberikan dukungan moral, menemani saat lelah dan stres, dan menjadi penghibur dengan candaan serta cerita yang membuat proses ini terasa lebih ringan. Kehadiran kalian adalah salah satu hal terindah yang penulis miliki di masa kuliah.
7. Teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan semangat selama proses penyelesaian tugas akhir.
8. Ibu Dr. Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. dan Bapak Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M., selaku dosen penguji, yang telah memberikan waktu, arahan, masukan, dan saran selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas kesempatan untuk berdiskusi dan berkonsultasi, serta atas berbagai ilmu dan pandangan yang diberikan, yang membantu penulis dalam memahami dan menyempurnakan perencanaan bisnis ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Masukan dan saran yang bersifat konstruktif sangat diperlukan sebagai bahan evaluasi untuk penyempurnaan karya ini.

Akhir kata, penulis hanya dapat mendoakan semoga segala bantuan, dukungan, doa, dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 7 September 2026



Rosi Rismawati

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Mahasiswa Universitas Bakrie, Saya Yang Bertandatangan Di Bawah Ini :

Nama : Rosi Rismawati

NIM 1211001043

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royaltyfee Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Perencanaan Bisnis Minuman Matcha Ci

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini universitas bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat Di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 September 2026

Yang menyatakan



(Rosi Rismawati)

PERENCANAAN BISNIS MINUMAN MATCHA CI

ROSI RISMAWATI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan bisnis usaha minuman Matchaci yang berfokus pada produk berbahan dasar matcha dengan konsep grab and go. Perencanaan bisnis ini disusun dengan mempertimbangkan perkembangan tren konsumsi minuman matcha, kebutuhan konsumen terhadap produk minuman yang praktis, serta peluang pasar dalam industri *food and beverage*. Matchaci menawarkan beberapa pilihan minuman dengan Sky Matcha sebagai produk unggulan yang menjadi fokus dalam membangun daya tarik dan identitas merek.

Kegiatan usaha direncanakan melalui penjualan secara langsung, pemesanan secara daring, serta partisipasi dalam bazar dan event. Proses produksi dilakukan pada container yang dirancang sebagai area produksi dan pelayanan tanpa menyediakan fasilitas *dine-in*. *Container* dilengkapi dengan fasilitas pendukung kegiatan operasional, seperti area penyimpanan bahan baku, kulkas, area persiapan dan pembuatan minuman, fasilitas pencucian, serta pendingin ruangan. Area produksi Matchaci dirancang terpisah dari aktivitas pet shop untuk menjaga kebersihan dan keamanan proses pengolahan minuman.

Perencanaan bisnis Matcha+ci dianalisis menggunakan *Business Model Canvas*, *SWOT*, *VRIO*, *Porter's Five Forces*, *STP*, dan *Marketing Mix 7P*. Selain itu, kelayakan usaha dianalisis melalui proyeksi keuangan yang mencakup arus kas, *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period*. Hasil perencanaan bisnis diharapkan dapat menjadi dasar dalam menjalankan usaha Matchaci secara terarah serta membangun posisi Matchaci sebagai usaha minuman berbasis matcha yang praktis dan memiliki produk unggulan melalui Sky Matcha.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Matchaci, Minuman Matcha, Sky Matcha, Grab and Go, Kelayakan Usaha.

MATCHA CI BEVERAGE BUSINESS PLANNING

ROSI RISMAWATI

ABSTRACT

This study aims to develop a business plan for Matchaci, a beverage business focusing on matcha-based products with a grab-and-go concept. The business plan is developed by considering the growing trend of matcha beverage consumption, consumers' needs for practical beverage products, and market opportunities in the food and beverage industry. Matchaci offers several beverage options, with Sky Matcha as its signature product, which serves as the main focus in building brand appeal and identity.

The business activities are planned to be carried out through direct sales, online ordering, and participation in bazaars and events. The production process will take place in a container designed as a production and service area without providing dine-in facilities. The container is equipped with supporting facilities for operational activities, including a raw material storage area, refrigerator, beverage preparation and production area, washing facilities, and air conditioning. The Matchaci production area is designed to be separated from pet shop activities to maintain the cleanliness and safety of the beverage preparation process.

The Matchaci business plan is analyzed using the Business Model Canvas, SWOT, VRIO, Porter's Five Forces, STP, and Marketing Mix 7P. In addition, business feasibility is analyzed through financial projections, including cash flow, Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period. The results of the business plan are expected to serve as a basis for operating Matchaci in a structured manner and establishing Matchaci's position as a practical matcha-based beverage business with a signature product, Sky Matcha.

Keywords: Business Planning, Matchaci, Matcha Beverage, Sky Matcha, Grab and Go, Business Feasibility.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VI
ABSTRAK.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Perencanaan Bisnis.....	5
1.3 Manfaat Dan Kegunaan Perencanaan Bisnis.....	5
BAB II	6
KONSEP BISNIS	6
2.1 Analisis Tren Pasar.....	6
2.1.1 Problem Analisis	11
2.1.2 Kompetitor.....	16
2.2 Peluang/Market Gap.....	19
2.3 Profil Bisnis	24
2.3.1 Profil Perusahaan.....	24
2.3.2 Value Proposition	43
BAB III.....	50
RENCANA DAN METODOLOGI.....	50
3.1 Metode Kelayakan Bisnis.....	50
3.2 Sumber Data	51
3.3 Metode Analisis Kelayakan Usaha.....	53
3.3.1 Business Model Canvas.....	57
3.3.2 SWOT Analisis.....	58
3.3.3 VRIO Analisis	59
3.3.4 Porter Five Forces	60
3.3.5 STP & Marketing Mix 7p.....	61
3.3.6 Analisis Keuangan.....	63

BAB IV	65
PEMBAHASAN.....	65
4.1 Analisa Umum Bisnis.....	65
4.1.1 Business Model Canvas (BMC).....	66
4.1.2 Swot Analisis	73
4.2 Analisis Inovasi (VRIO).....	75
4.3 Analisis Persaingan (Porter's Five Forces)	78
4.4 Analisis Pemasaran	82
4.4.1 Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	82
4.4.2 Marketing Mix (7P).....	86
4.5 Analisa Keuangan	91
4.5.1 Modal Awal.....	98
4.5.2 Pendapatan.....	98
4.6 Pembahasan	100
4.6.1 Simpulan Kelayakan.....	100
4.6.2 Minimum Viable Product (MVP) / Prototype.....	102
BAB V	105
PENUTUP.....	105
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Rencana Pengembangan	107
5.3 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rencana Permodalan	47
Tabel 2. 2 Target Penjualan (Pesimis).....	48
Tabel 2. 3 Target Penjualan (Optimis)	48
Tabel 2. 4 Estimasi Laba Bersih	48
Tabel 3. 1 Tools Analisis Bisnis.....	54
Tabel 4. 1 Modal Awal.....	98
Tabel 4. 2 Pendapatan Pesimis	99
Tabel 4. 3 Pendapatan Optimis.....	99
Tabel 4. 4 Estimasi Pesimis.....	99
Tabel 4. 5 Estimasi Optimis	100
Tabel 4. 6 Net Present Value (NPV)	100
Tabel 4. 7 Rincian Perhitungan Payback Period Usaha Matcha Ci.....	101
Tabel 4. 8 Internal Rate of Return	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik Kontribusi Industri Makanan & Minuman (Datasatu/BPS).....	6
Gambar 2. 2 Google Trends Matcha Indonesia 2020–2026.....	7
Gambar 2. 3 Dashboard Hasil Survei 34 Responden	9
Gambar 2. 4 Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Matcha	12
Gambar 2. 5 Alasan Mengonsumsi Matcha	13
Gambar 2. 6 Kekurangan Matcha.....	13
Gambar 2. 7 Minat terhadap matcha autentik dan minat terhadap sky matcha.....	14
Gambar 2. 8 Harga Yang Bersedia Dibayar	15
Gambar 2. 9 Analisis Perbandingan Brand Matcha di Indonesia	17
Gambar 2. 10 Positioning Map Brand Matcha di Indonesia	18
Gambar 2. 11 Menu Matcha Ci	30
Gambar 2. 12 The OG Matcha	31
Gambar 2. 13 Sky Matcha.....	31
Gambar 2. 14 Cinnamon Latte	32
Gambar 2. 15 Dark Chocolate.....	33
Gambar 2. 16 Booth Usaha Matchaci.....	33
Gambar 2. 17 Area Depan Booth Matchaci (Teras Kemang)	34
Gambar 2. 18 Logo Matcha Ci.....	37
Gambar 2. 19 Pendiri Matcha Ci (Rosi Rismawati)	37
Gambar 2. 20 Struktur Organisasi Owner	38
Gambar 3. 1 Kerangka Business Model Canvas	57
Gambar 3. 2 Porter Five Forces.....	60
Gambar 3. 3 Rumus Payback Period	64
Gambar 3. 4 Rumus Internal Rate of Return.....	65
Gambar 4. 1 Business Model Canvas	66
Gambar 4. 2 Analisis SWOT Matcha Ci.....	74
Gambar 4. 3 Sketsa Booth Matcha Ci	103
Gambar 4. 4 Contoh Produk Matcha Ci	104
Gambar Lampiran 1. 1 Booth Matcha Ci.....	112
Gambar Lampiran 1. 2 Area Depan Booth Matcha Ci	112
Gambar Lampiran 1. 3 Dokumentasi Publikasi.....	113
Gambar Lampiran 1. 4 Proses Pembuatan Minuman Matcha Ci	114