

ABSTRACT

Tenda Begana Organik (TBO) merupakan sebuah tempat bagi orang - orang yang ingin mencicipi makanan yang berbahan dasar organik. Saya telah melakukan survei sebelum membuka bisnis makanan organik ini di Bandung terutama di sekitar Bandung bagian selatan. Di sekitar Bandung selatan baru sedikit tempat makanan yang menyajikan bahan makanan yang berbahan dasar organik. Alasan ini menjadi peluang untuk membuka Tenda Begana Organik (TBO). Target market TBO yaitu orang yang memperhatikan asupan makanan karena ingin menjadi sehat.

TBO akan berlokasi di Lapangan Tegalega Bandung karena tempat itu banyak dilalui kendaraan umum dan pengunjung yang datang ke Tegalega sangat banyak setiap harinya terutama pada akhir pekan yaitu hari Jumat, Sabtu dan Minggu. Di waktu yang akan datang, TBO bukan saja akan menjual nasi begana tetapi akan selalu membuat kreasi dan inovasi dalam bisnis kuliner, serta melakukan perbaikan-perbaikan agar dapat selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya.

EXECUTIVE SUMMARY

In this era, many restaurants provide unhealthy food. However, there is a place which provides healthy food with organic ingredients. *Tenda Begana Organik* (TBO) is a place for people who want to try food from organic ingredients. This business is one of a few restaurants and tents which provide food which is from organic ingredients. TBO provides *Organic Nasi Begana* with many variety menus and beverages that consumers can choose based on their preference. All the ingredients at TBO are organic. In other word, consumers do not have to worry about their health when consuming food in TBO.

TBO will be located in Tegalega Sport Ground. The location is very strategic and there are many public transportations passing that area. Thus, consumers can get there easily. In the payback period, TBO will get the profit in three months and eighteen days. That means this business is feasible to run.

TABLE OF CONTENTS

TITLE PAGE	i
DECLARATION OF ORIGINALITY.....	ii
FRONT COVER OF THE BUSINESS PLAN	iii
APPROVAL PAGE	iv
ACKNOWLEDGEMENTS.....	v
TABLE OF CONTENTS.....	vi
ABSTRACT.....	viii
EXECUTIVE SUMMARY.....	ix
CHAPTER I. THE BACKGROUND.....	1
CHAPTER II. MARKETING ASPECT.....	8
CHAPTER III. OPERATIONAL ASPECT	17
CHAPTER IV. HUMAN RESOURCES ASPECT.....	23
CHAPTER V. FINANCIAL ASPECT.....	30
BIBLIOGRAPHY	
APPENDICES	
Appendix 1 Menus TBO	
Appendix 2 Food Menus	

Appendix 3 Beverages Menus

Appendix 4 Outside Brochure

Appendix 5 Inside Brochure

Appendix 6 Questionnaire