

PERENCANAAN USAHA KEDAI HARSIKA DI KOTA BANDUNG

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Dalam menempuh studi pada
Program Diploma III



Disusun oleh:

Khanda Alhambra Majid

201822806

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



**KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

Jalan Dr. Setiabudhi No. 186 Bandung 40141
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman www.stp-bandung.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS KEDAI HARSIKA DI DAERAH BANDUNG

NAMA : Khanda Alhambra Majid
NIM : 201822806
PROGRAM STUDI : Manajemen Tata Hidangan

Pembimbing Utama,

Syaaeful Moeslim, S.Pd. MM
NIP. 19721019 200502 1 001

Pembimbing Pendamping,

Hanna Daniati, S.I.Kom., M.Par., CHE
NIP. 19810317 200605 2 001

Penguji I,

Drs. Moh Agus Syadad Saefullah MM.Par
NIP. 19930830.199303.1.001

Penguji II,

Dodi Affandi, Ss., MM.Par.
NIP. 19781015.200502.1.001

Bandung, 4 April 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan kerjasama

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

Menyetujui,

Direktur Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Khanda Alhambra Majid
Tempat/tanggal lahir : Bogor, 7 Februari 2000
NIM : 2018222806
Program studi :Manajamen Tata Hidangan
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul **"KEDAI HARSIKA DI KOTA BANDUNG"** ini merupakan hasil karya dan hasil perencanaan saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang lain atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan peraturan akademik yang berlaku di STP 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 telah tertulis dengan jelas dicantumkan ebagai 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 diatas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, 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 sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 19 Januari 2022
Yang membuat pernyataan



Khanda Alhambra Majid

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia Nya maka tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis sebagai kewajiban penulis untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Diploma III, Program Studi Manajemen Tata Hidang di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Sebagai bahan dalam penelitian ini, penulis memilih judul “Perencanaan Bisnis Kedai Harsika di Kota Bandung”. Dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT, yang dengan segala rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku PLT Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP. Selaku Kepala Bagian Admisnistrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Edison Sitompul, S.Sos., MM. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak M. Romi Okta Viano, SE. Selaku Ketua program Studi Manajemen Tata Hidangan.
6. Bapak Syaeful Moeslim. S.Pd. MM. Selaku dosen pembimbing I yang telah mengarahkan dan member masukan selama penyusunan Tugas Akhir.
7. Ibu Hanna Daniati, S.I.Kom., MM.Par, CHE. Selaku dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan member masukan selama penyusunan Tugas Akhir.
8. Seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan dan menyemangati selama pengerjaan tugas akhir ini.

9. Seluruh teman-teman MTH yang selalu membantu, menemani dan setia dalam memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Karena dukungan dari mereka, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini telah penulis buat dengan sebaik-baiknya. Namun, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini, oleh karena itu penulis meminta maaf atas kekurangan yang ada dan penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran agar menjadi lebih baik lagi.

Bandung, Januari 2022



Khanda Alhambra Majid

DAFTAR ISI

<u>LEMBAR PENGESAHAN</u>	i
<u>KATA PENGANTAR</u>	ii
<u>DAFTAR ISI</u>	iv
<u>DAFTAR TABEL</u>	vi
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	viii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	ix
<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
<u>A. Latar Belakang</u>	1
<u>B. Gambaran Umum Bisnis</u>	3
a. <u>Deskripsi Bisnis</u>	3
b. <u>Deskripsi Logo dan Nama</u>	4
c. <u>Identitas bisnis</u>	6
d. <u>Visi dan Misi</u>	8
e. <u>SWOT Analysis</u>	9
f. <u>Spesifikasi Produk</u>	11
g. <u>Jenis atau Badan Usaha</u>	13
h. <u>Aspek Legalitas</u>	15
<u>BAB II</u>	18
<u>ASPEK PRODUK/JASA</u>	18
<u>A. Daftar dan Deskripsi Produk</u>	18
<u>B. Analisis Keunggulan Produk</u>	20
<u>C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi</u>	21
<u>D. Penyajian dan Kemasan Produk/jasa</u>	23
<u>E. MEKANISME QUALITY CHECK</u>	26
<u>BAB III</u>	28
<u>RENCANA PEMASARAN</u>	28
<u>A. Riset Pasar</u>	28
<u>B. Validasi Produk – Market Fit</u>	32
<u>C. Kompetitor</u>	34

<u>D. Program Pemasaran</u>	36
<u>E. Media Pemasaran</u>	39
<u>F. Proyeksi Penjualan</u>	43
BAB IV	44
<u>ASPEK SDM DAN OPERASIONAL</u>	44
<u>A. Identitas Owner/Founder</u>	44
<u>B. Struktur Organisasi</u>	44
<u>C. Job Analysis dan Job Description</u>	46
<u>D. Anggaran Tenaga Kerja</u>	51
<u>E. Service Scape (Layout/flow)</u>	53
<u>F. Action Plan & Report</u>	54
BAB V	56
<u>ASPEK KEUANGAN</u>	56
<u>A. Metode Pencatatan Akutansi</u>	56
<u>B. Capital Expenditure</u>	57
<u>C. Time Value Money</u>	62
<u>D. Pendanaan Investasi</u>	64
<u>E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan</u>	65
<u>F. Identifikasi Cash Inflow dan Cash Outflow</u>	68
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	70
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	71

DAFTAR TABEL

1.1: Tabel Swot Analysis	10
1.2: Produk Makanan Kedai Harsika	12
1.3: Produk Minuman Kedai Harsika	13
2.1 Rencana Produksi Makanan Kedai Harsika	22
2.2 Rencana Produksi Minuman Kedai Harsika	22
2.3 Alat Penyajian Produk Untuk <i>Dine In</i>	23
2.4 Alat Penyajian <i>Take Away</i> Kedai Harsika	24
2.5 Mekanisme Quality Check Kedai Harsika	27
3.1 Diagram Hasil <i>Market Survey Analysis</i>	33
3.2 Kompetitor Kedai Harsika	36
3.3 Program dan Anggaran Pemasaran Kedai Harsika	38
3.4 Data Pertumbuhan Wisatawan Kota Bandung Tahun 2013,2014,2015 ...	44
3.5 Proyeksi Penjualan Kedai Harsika	45
4.1 Job Analysis & Job Description	48
4.2 Rancangan Anggaran Tenaga Kerja Kedai Harsika	53
4.3 Action Plan Kedai Harsika	56
5.1 <i>Tangible Investment</i> Kedai Harsika	59
5.2 Tarif dan Penyusutan Masa Fisikal	61
5.3 Depresiasi <i>Tangible Investmen</i> Kedai Harsika	62
5.4 <i>Working Capital</i> Kedai Harsika	63
5.5 <i>Future Value</i> Kedai Harsika	64
5.6 Investasi Kedai Harsika	65
5.7 <i>Variable Cost</i>	66

5.8 Fixed Cost	67
5.9 Break Even Point Kedai Harsika	67
5.10 Income Statement Kedai Harsika	68
5.11 Identifikasi Investasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Desain Logo Kedai Harsika	5
Gambar 1.2 Lokasi Perencanaan Kedai Harsika	7
Gambar 1.3 Lokasi Kedai Harsika Berdasarkan <i>Google Maps</i>	8
Gambar 2.1 Menu Makanan Kedai Harsika	19
Gambar 2.2 Menu Minuman Kedai Harsika	20
Gambar 3.1 Contoh Promosi Melalui Instagram	41
Gambar 3.2 Promosi Melalui Facebook	42
Gambar 3.3 Promosi Melalui Twitter	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kedai Harsika	47
Gambar 4.2 Tampak Atas <i>Layout</i> Kedai Harsika	54
Gambar 4.3 Model 3D <i>Layout</i> Kedai Harsika	55

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Hasil Kuesioner	71
2. Recipe Costing	72
3. Biodata Penulis.....	75

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., and P. Kotler. 1996. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Erlewine, M. 2014. *The Rise of The Foodie*. Canada: Broadview Press.
- Hanindya, Rashinta. 2016. "Promosi Kuliner Bandung Melalui Media Sosial." 4.
- Moodie, R., D. Stuckler, C. Monteiro, N. Sheron, B. Neal, T. Thamarangsi, and S. Casswell. 2013. "Profits and Pandemics: Prevention of Harmful Effects of Tobacco, Alcohol, and Ultra-Processed Food and Drink Industries." *The Lancet* 381 (9867) 670-679.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia.
- Sularko, Herdi. 2008. *How Do They Think*. Jakarta: Mosher Publishing.
- Wibisono, Dermawan. 2006. *Manajemen Kinerja*. Bandung: Erlangga.
- Wijayanta, Bambang, and Aristanti Widyaningsih. 2007. *Ekonomi & Akuntansi: Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Jakarta: PT. Grafindo Media Pratama.