

**PEMANFAATAN PELUANG BISNIS KULINER
“OSENS MARANGGI OM ” BERBASIS UMKM
DI KONDISI KENORMALAN BARU
(NEW NORMAL)**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

TEGAR TRY HANDONO

NIM: 201722314

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA BOGA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

2021


LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PEMANFAATAN PELUANG BISNIS KULINER "OSENG MARANGGI OM" BERBASIS UMKM DI KONDISI KENORMALAN BARU (NEW NORMAL)

NAMA : TEGAR TRY HANDONO
NIM : 201722314
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA BOGA
JURUSAN : PERHOTELAN

Pembimbing I,



Mandradhitya Kusuma Putra, S.St.Par., M.Sc.
NIP. 19851224 201101 1 010

Pembimbing II,



Christian H. Rumayar, S.Sos.,MM.Par.
NIP: 19691228 200212 1 001

Bandung, 15 Februari 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

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

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tegar Try Handono
Tempat/Tanggal Lahir : Bogor, 11 Agustus 1998
NIM : 201722314
Program Studi : Manajemen Tata Boga

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
PEMANFAATAN PELUANG BISNIS KULINER “OSENG MARANGGI OM” BERBASIS UMKM DI KONDISI KENORMALAN BARU (NEW NORMAL) 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 STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi 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/Proyek Akhir/Skripsi 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.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Puji syukur atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'alla karena atas rahmat serta hidayah-Nya kita masih dapat hidup di dunia ini dalam keberkahan dan ketenangan hati. Shalawat dan salam senantiasa juga penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad Shalallahu alaihi wa salam yang selalu kita nantikan syafa'atnya di akhirat nanti.

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah subhanahu wa ta'alla atas limpahan nikmat sehat yang diberikan-Nya, baik itu sehat fisik maupun akal pikiran. Atas kuasa Allah, penulis juga diberi kesabaran serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pemanfaatan peluang bisnis kuliner Oseng Maranggi OM berbasis UMKM di kondisi kenormalan baru (new normal)”**

Adapun penyusunan Tugas Akhir ini sebagai syarat kelulusan penulis di jenjang perkuliahan D3 di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Selama penyusunan Tugas Akhir ini tentunya banyak sekali hambatan serta tantangan yang dialami oleh penulis, namun karena binaan dan dukungan semua pihak akhirnya dapat teratasi dengan selesainya tugas akhir ini.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya terlebih kepada keluarga; orang tua, dan kakak yang memberi dukungan secara moril dan materil selama mengerjakan tugas akhir ini. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada lingkungan luar penulis yang telah memberi serta pengalaman-pengalaman yang dibagikan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison Sitompul, S.Sos, MM., selaku Ketua Jurusan Perhotelan
4. Ibu Ayu Nurwitasari, S.AP., MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga.
5. Bapak Mandradhitya Kusuma, P., SST.Par., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan waktu, saran dan dukungan dalam moral maupun ilmu dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Bapak Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Seluruh Dosen pengajar dan Staff program studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
8. Seluruh Dosen pengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang pernah mengajar penulis selama berkuliah di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
9. Teman-teman satu kelas, MTB 6A “Anglocita” karena telah banyak membantu dalam proses perkuliahan bersama sampai akhir.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis sadar bila apa yang tertuang dalam tugas akhir ini tidaklah sempurna, masih banyak kekurangan yang mungkin luput dari perhatian penulis. Dengan sepenuh hati dan keikhlasan, saran serta kritik yang membangun sangat diterima oleh penulis selain sebagai pengingat juga sebagai dorongan agar dapat berkarya lebih baik lagi untuk kedepannya.

Terakhir, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat menjadi tinjauan bersama untuk membentuk lingkungan yang berguna bagi sesama tanpa menjatuhkan satu sama lain. Adapun kesenangan bagi penulis bila tugas akhir ini membawa manfaat dan dapat terinspirasi dibawa ke dalam kehidupan.

Depok, 30 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
DESKRIPSI BISNIS	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis	10
1.2.1 Deskripsi Bisnis	10
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama.....	11
1.2.3 Identitas Bisnis	12
1.3 Visi dan Misi	15
1.4 SWOT Analisis.....	15
1.4.1 <i>Strengthness</i>	15
1.4.2 <i>Weakness</i>	16
1.4.3 <i>Opportunity</i>	16
1.4.4 <i>Threat</i>	17
1.5 Spesifikasi Produk.....	19
1.6 Jenis/Badan Usaha.....	19

BAB II	20
ASPEK PRODUK	20
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk	20
2.2 Analisa Keunggulan Produk.....	23
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	25
2.3.1. Bahan Baku	26
2.3.2. Sumber Daya Manusia	27
2.3.3. Alat dan perlengkapan.....	28
2.3.4. Modal	30
2.3.5. Permintaan.....	31
2.4 Penyajian dan kemasan Produk	31
2.5 Mekanisme Quality Check	34
2.3.1. <i>Purchasing</i>	35
2.3.2. <i>Receiving</i>	37
2.3.3. <i>Storing</i>	38
2.3.4. <i>Issuing</i>	39
2.3.5. <i>Inventory</i>	40
2.3.6. <i>Production</i>	41
2.3.7. <i>Service</i>	42

BAB III.....	44
RENCANA PEMASARAN	44
3.1 Riset Pasar	44
3.1.1 Segmen Pasar	44
3.1.2 Target Pasar.....	47
3.1.3 Market Positioning (Posisi Pasar).....	50
3.2 Validasi Produk (Market Fit).....	52
3.3 Kompetitor (Competitor).....	74
3.4 Program Pemasaran	76
3.4.1. Meneliti Pasar.....	77
3.4.2. <i>Branding</i>	79
3.4.3. <i>Soft Opening</i>	80
3.4.4. Iklan dan Promo	81
3.5 Media Pemasaran	84
3.5.1. Media cetak	84
3.5.2. Media sosial	85
3.5.3. Media bicara.....	87
3.6 Proyeksi Penjualan	90
BAB IV	97
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	97
4.1 Identitas founder.....	97
4.2 Struktur Organisasi.....	98
4.3 Analisis pekerjaan dan Dekripsi Pekerjaan	99

4.4	Anggaran Tenaga Kerja.....	104
4.5	<i>Servicescape</i> (Layout/flow).....	104
4.5.1.	Kondisi lingkungan sekitar (<i>ambience condition</i>)	106
4.5.2.	Ruang, denah, dan fungsi (<i>space, layout, and function</i>)	107
4.6	Action plan and report	113
BAB V	115
ASPEK KEUANGAN	115
5.1	Metode Pencatatan Akuntansi	115
5.2	Capital Expenditure (initial investment)	116
5.3	Time value of money	119
5.3.1.	<i>Future Value (FV)</i>	119
5.3.2.	<i>Net Present Value (NPV)</i>	121
5.4	Penentuan Titik Impas dan Laba yang diharapkan.....	123
5.4.1.	Komponen Biaya.....	123
5.4.2.	<i>Break Even Point (BEP)</i>	125
5.5	Identifikasi arus keuangan masuk dan keluar.....	126
DAFTAR PUSTAKA	134
BIODATA PENULIS	137
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Usaha kuliner radius 5 mil, sumber: Penulis, 2020.	8
Tabel 1. 2 Usaha kuliner potensial pesaing, sumber: Penulis, 2020.	9
Tabel 2. 1 Jenis sambal di produk makanan, sumber: Penulis, 2020.	20
Tabel 2. 2 Isi produk, sumber: Penulis, 2020.	22
Tabel 2. 3 Nama produk minuman, sumber: Penulis, 2020.	23
Tabel 2. 4 Keunggulan produk, sumber: Penulis, 2020.	24
Tabel 2. 5 Faktor kapasitas dan rencana produksi, sumber: dictio.id, 2020.	26
Tabel 2. 6 Peralatan dan perlengkapan, sumber: penulis, 2020.	30
Tabel 2. 7 Kategori bahan baku, sumber: Penulis, 2020	39
Tabel 3. 1 Segmentasi pasar, sumber: Penulis, 202	44
Tabel 3. 2 Target pasar, sumber: Penulis, 2020	47
Tabel 3. 3 Rentang usia target pasar, sumber: BPS Kota Depok dan Penulis, 2020	48
Tabel 3. 4 Posisi pasar, sumber: penulis, 2020	50
Tabel 3. 5 Status responden, sumber: Penulis, 2020	53
Tabel 3. 7 Usaha kuliner kompetitor, sumber: Penulis, 2020	74
Tabel 3. 8 Komparasi marketing mix, sumber: Penulis, 2020	75
Tabel 3. 9 Program pemasaran, sumber: Penulis, 2020	76
Tabel 3. 10 Estimasi biaya promosi, sumber: Penulis, 2020	89
Tabel 3. 11 Recipe cost, sumber: Penulis, 2020	93
Tabel 3. 12 Harga rata-rata produk makanan, sumber: Penulis, 2020	94
Tabel 3. 13 Recipe cost produk minuman, sumber: Penulis, 2020	95
Tabel 3. 14 Harga rata-rata produk minuman, sumber: Penulis, 2020	95
Tabel 3. 15 Proyeksi penjualan dalam satu minggu, sumber: Penulis, 2020	96
Tabel 4. 1 Anggaran tenaga kerja, 2020	104
Tabel 4. 2 Aspek-aspek servicescape, sumber: Ulil aulia ruki, 2011	105
Tabel 4. 3 Susunan ruangan, sumber: Penulis, 2020	108

Tabel 4. 4 action plan oseng maranggi om, sumber: penulis, 2020.	113
Tabel 5. 1 Metode akrual, sumber : Penulis, 2020	116
Tabel 5. 2 Capital expenditure, sumber: penulis, 2020	118
Tabel 5. 3 Penilaian Net Present Value, sumber: Penulis, 2020	121
Tabel 5. 4 Jenis-jenis biaya beban, sumber: penulis, 2020	123
Tabel 5. 5 Uraian cost per bulan, sumber: Penulis, 2020	124
Tabel 5. 6 Break even point, sumber: Penulis, 2020	126
Tabel 5. 7 Arus kas usaha per bulan, sumber: Penulis, 2020	130
Tabel 5. 8 Income statement, sumber: Penulis, 2020	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo utama usaha, sumber: Ramanindra dan Penulis, 2020.	12
Gambar 1. 2 Peta lokasi berjualan, sumber: Google, 2020.	14
Gambar 1. 3 Bangunan calon gerai pertama, sumber: google, 2020.	14
Gambar 1. 4 Business model canvas, sumber: Penulis, 2020.	18
Gambar 2. 1 Penyajian dine-in produk makanan, sumber: Penulis, 2020.	32
Gambar 2. 2 Penyajian take-away produk makanan, Sumber: Penulis, 2020.	32
Gambar 2. 3 Penyajian Dine-in produk minuman dingin, Sumber: Penulis, 2020.	33
Gambar 2. 4 Penyajian dine-in produk minuman hangat, sumber: Penulis, 2020.	33
Gambar 2. 5 Penyajian Take-away Produk minuman, sumber: Penulis, 2020.	34
Gambar 2. 6 Bagan mekanisme quality check, sumber: Penulis, 2020	35
Gambar 3. 1 Hasil uji hedonik responden ahli, sumber: Penulis, 2020	54
Gambar 3. 2 Hasil uji hedonik responden terlatih, sumber: Penulis, 2020	60
Gambar 3. 3 Hasil uji hedonik responden tidak terlatih, sumber: Penulis, 2020	65
Gambar 3. 4 Hasil uji responden tidak terlatih, sumber: Penulis, 2020	71
Gambar 3. 5 Penampakan deretan ruko di lokasi pertama, sumber: rumahdijual.com, 2018	77
Gambar 3. 6 Telaga kuliner malam, sumber: Google, 2019	78
Gambar 3. 7 Konsep brand logo, sumber: Ramanindra dan Penulis, 2020	79
Gambar 3. 8 Contoh sign gerai, sumber: Penulis, 2020	80
Gambar 3. 9 Promo pertama, sumber: Penulis, 2020	81
Gambar 3. 10 Event cashback, sumber: Penulis, 2020	82
Gambar 3. 11 Gift birthday promotion, sumber : Penulis, 2020	83
Gambar 3. 12 sign advertisement, sumber: freepik.com dan penulis, 2020.	84
Gambar 3. 13 Contoh pamflet, sumber: penulis, 2020	85
Gambar 3. 14 Contoh iklan di media sosial, sumber: Penulis, 2020	86
Gambar 3. 15 Contoh optimalisasi SEO, sumber: Penulis, 2020	86
Gambar 3. 16 Viral loop, sumber: udacity, 2015	87

Gambar 4. 1 Struktur organisasi usaha, sumber: penulis, 2020	98
Gambar 4. 2 Penampakan 3D lingkungan, sumber:Ramanindra & Penulis, 2020	106
Gambar 4. 3 Floor plan, sumber: Ramanindra dan Penulis, 2020	108
Gambar 4. 4 Desain interior Dine-in, Sumber: Ramanindra dan Penulis, 2020	110
Gambar 4. 5 Desain interior dapur, sumber: Ramanindra dan penulis, 2020	110
Gambar 4. 6 Desain interior lainnya, sumber: Ramanindra dan Penulis, 2020	112
Gambar 5. 1 Rumus future value, sumber: ilmumanajemen.wordpress.com, 2009	120
Gambar 5. 2 Perhitungan future value, sumber: Penulis, 2020	120
Gambar 5. 3 Perhitungan angsuran per bulan, sumber: Penulis, 2020	121
Gambar 5. 4 Rumus Net Present Value, sumber: Ilmumanajemenindustri.com, 2018	122
Gambar 5. 5 Perhitungan Net Present Value, sumber: Penulis, 2020	123

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyasasti, Mindy Paramita / Menur. t.thn. *Bersiap dengan Adaptasi Kebiasaan Baru (New Normal)*. <https://skata.info/article/detail/690/bersiap-dengan-adaptasi-kebiasaan-baru-new-normal>.
- alya. 2017. *allyanadr001wordpress.com*. 30 11.
<https://allyanadr001.wordpress.com/2017/11/30/konsumen-pesaing-dan-strategi-pemasaran/>.
- corporatefinanceinstitute. t.thn. *corporatefinanceinstitute.com*. Diakses September 2020.
<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/market-positioning/>.
- Franchise Academy Indonesia. t.thn. *Konsep Bisnis*.
<http://franchiseacademyindonesia.com/materi/blue-module/1016-2/>.
- greatdayhr.com. t.thn. *greatdayhr.com*. Diakses Nopember 2020.
<https://greatdayhr.com/id/blog/break-even-point>.
- Hardum, Siprianus Edi. 2018. *beritasatu.com*. 2 Juni. Diakses Agustus 2020.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/495542/wirusaha-indonesia-tumbuh-jadi-7>.
- Kho, Budi. 2018. *ilmumanajemenindustri.com*. April. Diakses Desember 2020.
<https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-npv-rumus-npv-net-present-value/>.

Kumparan. 2019. *Kumparan.com*. 28 Juni. Diakses Agustus 2020.

<https://kumparan.com/lifeatkumparan/memahami-perilaku-milenial-memilih-restoran-versi-editor-kumparanfood-1rMgaV08wuE>.

—. 2017. *Kumparan.com*. 27 Desember. Diakses Agustus 2020.

<https://kumparan.com/millennial/survei-menunjukkan-bahwa-milenial-pemilih-soal-makanan/full>.

Kusumastuti, Lanny. 2017. *fimela.com*. 8 Mei. Diakses Agustus 2020.

<https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/2944354/ditakdirkan-beda-ini-gaya-anak-milenial-pilih-makanan>.

Mediaindonesia. 2020. *mediaindonesia.com*. 25 Januari. Diakses Agustus 2020.

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/285989/chef-juna-riset-jadi-kunci-sukses-dirikan-sebuah-restoran>.

medium.com. t.thn. *medium.com*. Diakses Oktober 2020.

<https://medium.com/evergreen-business-weekly/product-market-fit-what-it-really-means-how-to-measure-it-and-where-to-find-it-70e746be907b>.

Pangestu, Clarissa. 2017. *Teen.co.id*. 25 September. Diakses June 2020.

<http://m.teen.co.id/read/6661/mau-tahu-apa-makna-di-balik-warna-warni-kemasan-makanan-dan-minuman>.

Redaksi BisnisUKM. 2019. *Kenapa kamu pilih bisnis kuliner kekinian? Apa enaknyasih?* 18 11. Diakses 09 25, 2020.

Sahabatufs. 2020. *Mengenal Sate Maranggi lebih dekat Khas Purwakarta*. 16 Maret.

Diakses Januari 26, 2021. <https://www.sahabatufs.com/news/mengenal-sate-maranggi-lebih-dekat-khas->

