

**PERENCANAAN BISNIS BABAKARAN BACKYARD BBQ  
DENGAN MENGUSUNG KONSEP OFF-SITE OUTDOOR  
CATERING DI KOTA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
dalam menempuh Ujian Akhir  
Program Diploma III**



Oleh :

**RULLY KEMAL AZIZ**

NIM : 201722139

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN TATA BOGA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Perencanaan Bisnis Babakaran Backyard BBQ Dengan Mengusung Konsep  
Off-Site Outdoor Catering Di Kota Bandung

NAMA : Rully Kemal Aziz  
NIM : 201722139  
PROGRAM STUDI : Manajemen Tata Boga  
JURUSAN : Hospitality

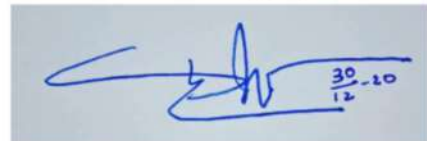
Pembimbing I



**Rohyan Sosiadi, Drs., M.Pd.**

NIP.19600715 199703 1 001

Pembimbing II,



**Atang Sabur Safari, Dr., S.Sos., M.Sc.**

NIP.19600105 199203 1 001

Bandung, 18 Maret 2021

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

NIP.19710506 199803 1 001

Mengetahui,  
Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

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

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rully Kemal Aziz

Tempat, Tanggal Lahir : Bandung, 4 Desember 1998

NIM : 201722139

Program Studi : Manajemen Tata Boga

Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

- Tugas Akhir/ Proyek Akhir/ Skripsi  
**“PERENCANAAN BISNIS BABAKARAN BACKYARD BBQ  
 DENGAN MENGUSUNG KONSEP OFF-SITE  
 OUTDOOR CATERING”**  
 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 NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
- 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 narasumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- 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 di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung serta peraturan terkait lainnya.
- Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 2021

Yang membuat pernyataan,



Rully Kemal Aziz

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul PERENCANAAN BABAKARAN BACKYARD BBQ DENGAN MENGUSUNG KONSEP OFF-SITE OUTDOOR CATERING.

Usulan penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma III Program Studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari betul bahwa dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih memiliki banyak sekali kekurangan baik dalam segi penulisan maupun bahasa yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan juga pengalaman yang dimiliki oleh penulis.

Dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dari semua pihak, maka penulisan ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan terimakasih kepada:

- Bapak Faisal, MM. Par. CHE, selaku Ketua STP NHI Bandung.
- Ibu Ayu Nurwitasari, S.AP., MM. Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga.
- Bapak Drs. Rohyan Sosiadi., M.Pd. selaku dosen pembimbing.
- Bapak DR. Atang Sabur Safari, S.Sos., M.Sc. selaku dosen pembimbing
- Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Tata Boga.

- Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan dukungan doa, motivasi juga materi dari awal hingga akhir
- Seluruh rekan-rekan mahasiswa Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung kelas 6A dan 6B angkatan tahun 2017.
- Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan moral serta doa.

Akhir kata dari penulis semoga tulisan ini bukan hanya bermanfaat bagi mahasiswa tetapi juga bagi masyarakat luas agar mau menggali dan menambah wawasan tentang masakan yang ada di Indonesia.

Bandung, 29 Maret 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                          | vi   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                              | viii |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                           | ix   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                           | x    |
| <b>BAB I : DESKRIPSI BISNIS.....</b>                | 1    |
| 1.1. Latar Belakang.....                            | 1    |
| 1.2. Gambaran Umum Bisnis .....                     | 3    |
| 1.3. Visi dan Misi .....                            | 8    |
| 1.4. Analisa Peluang dan Hambatan.....              | 9    |
| 1.5. Spesifikasi Produk/Jasa .....                  | 13   |
| 1.6. Jenis/Badan Usaha.....                         | 15   |
| <b>BAB II : ASPEK PRODUK/JASA .....</b>             | 16   |
| 2.1. Daftar dan Deskripsi Produk.....               | 16   |
| 2.2. Analisa Keunggulan Produk .....                | 18   |
| 2.3. Penentuan Kapasitas dan Recana Produksi.....   | 19   |
| 2.4. Penyajian Produk .....                         | 20   |
| 2.5. Mekanisme <i>Quality Check</i> .....           | 22   |
| <b>BAB III : Rencana Pemasaran .....</b>            | 31   |
| 3.1. <i>Market Summary</i> .....                    | 31   |
| 3.2. Riset Pasar (Segmen, Target, dan Posisi) ..... | 35   |
| 3.2.1. Segmentasi Pasar.....                        | 35   |
| 3.2.2. Target Pasar.....                            | 38   |
| 3.2.3. Posisi Pasar dan Analisa Kompetitor .....    | 40   |
| 3.3. <i>Marketing Mix</i> dan Media Pemasaran.....  | 45   |
| 3.3.1. <i>Marketing Mix</i> .....                   | 45   |
| 3.3.2. Promosi dan Media Pemasaran .....            | 46   |
| 3.4. Validasi Produk.....                           | 47   |
| 3.4.1. Instrumen Survey .....                       | 50   |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.4.2. Analisa Validasi Produk Babakaran .....   | 52        |
| 3.4.2.1. Kualitas Produk .....   | 52        |
| 3.4.2.2. Harga .....   | 55        |
| 3.4.2.3. Kualitas Pelayanan .....  | 60        |
| 3.4.2.4. Kebersihan .....  | 66        |
| 3.5. Proyeksi Penjualan .....  | 66        |
| <b>BAB IV : Aspek SDM dan Operasional.....</b>   | <b>67</b> |
| 4.1. Struktur Organisasi dan <i>Job Analysis</i> .....                                     | 67        |
| 4.1.1. Struktur Organisasi .....   | 67        |
| 4.1.2. <i>Job Analysis</i> .....   | 68        |
| 4.2. Anggaran Tenaga Kerja .....   | 70        |
| 4.3. <i>Servicescape</i> .....   | 70        |
| 4.4. <i>Action Plan &amp; Report</i> .....   | 73        |
| <b>BAB V : Aspek Keuangan .....</b>  | <b>75</b> |
| 5.1. Metode Pencatatan Akuntansi.....  | 75        |
| 5.2. <i>Capital Expenditure</i> .....  | 75        |
| 5.2.1. Data dan Perhitungan Aset dan Perkiraan Depresiasi<br>Depresiasi.....               | 75        |
| 5.2.2. <i>Income Statement</i> .....   | 78        |
| 5.3. Pendanaan Investasi dan Perhitungan Modal Sendiri ( <i>Owner's<br/>Equity</i> ) ..... | 80        |
| 5.4. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....                                   | 82        |
| 5.4.1. Biaya Tetap dan Biaya Tidak Tetap .....   | 82        |
| 5.4.2. <i>Break Even Point (BEP)</i> .....   | 83        |
| 5.5. Identifikasi <i>Cash Inflow</i> dan <i>Outflow</i> .....                              | 86        |
| 5.5.1. Data <i>Operating Budget</i> .....  | 86        |
| 5.5.2. Proyeksi <i>Cash Flow</i> .....   | 87        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>89</b> |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 : Menu Barbeku Daging Sapi.....                 | 24 |
| Tabel 2 : Menu Barbeku Daging Ayam.....                 | 25 |
| Tabel 3 : Kuesioner Validasi.....                       | 53 |
| Tabel 4 : Proyeksi Penjualan Tahun Pertama .....        | 68 |
| Tabel 5 : Proyeksi Penjualan Selama Tiga Tahun.....     | 68 |
| Tabel 6 : Anggaran Tenaga Kerja .....                   | 73 |
| Tabel 7 : <i>Action Plan and Report</i> .....           | 75 |
| Tabel 8 : Daftar Aset.....                              | 78 |
| Tabel 9 : Depresiasi Aset.....                          | 79 |
| Tabel 10 : <i>Income Statement</i> Satu Tahun.....      | 80 |
| Tabel 10.1 : <i>Income Statement</i> Kuartal Satu.....  | 82 |
| Tabel 10.2 : <i>Income Statement</i> Kuartal Dua .....  | 82 |
| Tabel 10.3 : <i>Income Statement</i> Kuartal Tiga ..... | 83 |
| Tabel 10.4 : <i>Income Statement</i> Kuartal Empat..... | 83 |
| Tabel 11 : <i>Cost</i> Operasional.....                 | 86 |
| Tabel 12: <i>Operating Budget</i> .....                 | 90 |
| Tabel 13 : <i>Cash Flow</i> .....                       | 91 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 : Logo Usaha .....                         | 14 |
| Gambar 2 : Lokasi Perencanaan Usaha.....            | 16 |
| Gambar 3 : Analisa TOWS .....                       | 21 |
| Gambar 4 : Rencana Penyajian Buffet .....           | 29 |
| Gambar 5.1 : Hasil Kuesioner Babakaran.....         | 41 |
| Gambar 5.1 : Hasil Kuesioner Babakaran.....         | 42 |
| Gambar 6 : Peta Posisi Pasar Babakaran .....        | 43 |
| Gambar 7.1 : Hasil Kuesioner Validasi Produk .....  | 55 |
| Gambar 7.2 : Hasil Kuesioner Validasi Produk .....  | 56 |
| Gambar 7.3 : Hasil Kuesioner Validasi Produk .....  | 57 |
| Gambar 7.4 : Hasil Kuesioner Validasi Produk .....  | 58 |
| Gambar 7.5 : Hasil Kuesioner Validasi Produk .....  | 59 |
| Gambar 7.6 : Daya Saing Menu Daging Babakaran.....  | 60 |
| Gambar 7.7 : Daya Saing Menu Daging Babakaran.....  | 60 |
| Gambar 7.8 : Daya Saing Menu Ayam Babakran.....     | 61 |
| Gambar 7.9 : Daya Saing Menu Ayam Babakran.....     | 62 |
| Gambar 7.10 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 63 |
| Gambar 7.11 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 64 |
| Gambar 7.12 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 65 |
| Gambar 7.13 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 66 |
| Gambar 7.14 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 67 |
| Gambar 7.15 : Hasil Kuesioner Validasi Produk ..... | 68 |
| Gambar 8 : Struktur Organisasi.....                 | 70 |
| Gambar 9 : <i>Servicescape</i> .....                | 75 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Albari, Albari. (2020). The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. 3. 49 - 64.
- Ali, Hasan . (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService)
- Armstrong, H. & Taylor, J. (2000). Regional Economics and Policy (third edition). New York: Harvester Wheatsheaf.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2019). Proyeksi Penduduk Pertengahan Tahun Kota Bandung Menurut Kelompok dan Jenis Kelamin, 2019. Diakses dari <https://bandungkota.bps.go.id/dynamictable/2019/11/03/90/proyeksi-penduduk-pertengahan-tahun-kota-bandung-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-2019.html>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.2307/1252042>
- D, Lap. (2017). The Role of Servicescape in Hotel Buffet Restaurant. *Journal of Hotel & Business Management*. 06. 10.4172/2169-0286.1000152.
- Firmansyah, MA. (2019). Pemasaran: Dasar dan Konsep. Pasuruan: Qiara Media
- Hansen, D.R. & Mowen, M.M. (2011). Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat

- Harahap, S.S. (1993). Teori Akuntansi Edisi Revisi 2011. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- ICT Facts and Figures: The World in 2014. Dalam Hudson, Simon & Huang, Li & Roth, Martin & Madden, Thomas. (2015). The influence of social media interactions on consumer-brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of Research in Marketing*. 33. 10.1016/j.ijresmar.2015.06.004.
- Jiuhardi, J. (2016). Kajian Tentang Impor Daging Sapi di Indonesia. *FORUM EKONOMI* Vol 17 No. 2 2016, Agustus
- Kiefer, I., Rathmanner, T., & Kunze, M. (2005). Eating and dieting differences in men and women. *Journal of Men's Health & Gender*, 2(2), 194–201. <https://doi.org/10.1016/j.jmhg.2005.04.010>
- Kotler, K.(2009). Manajemen Pemasaran 1.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi kedubelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P.(2003). Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Martin-Consuegra Navarro, David & Molina Collado, Arturo & Esteban, Águeda. (2007). An integrated model of price, satisfaction and loyalty: An empirical analysis in the service sector. *Journal of Product & Brand Management*. 16. 459-468. 10.1108/10610420710834913.

- Michael Karl Witzel. (2008). *Recipes, Restaurants, & Pitmasters from America's Great Barbecue Regions*. Minneapolis, MN: Voyageur Press
- Munawir, S. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty
- Rahardjo, D. *Wawasan dan Visi Pembangunan Abad 21*. Jakarta. Intermasa
- Rangkuti, F. (1997). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Yamit, Z. (2003). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Ekonisia