

**PERENCANAAN KEDAI TANTREND DI KOTA
CIMAHI**

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

GHEA ANASTASIA BANONDARI

Nomor Induk : 201722079

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANG

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN KEDAI TANTREND DI KOTA CIMAHI

NAMA : GHEA ANASTASIA BANONDARI
NIM : 201722079
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
JURUSAN : PERHOTELAN

Pembimbing I,



Ridwan Iskandar, SE., MM.

Pembimbing II,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par, CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Bandung, Juli 2020

Mengetahui,
Kepala Bagian Administrasi Akademik
dan Kemahasiswaan,

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

Mengetahui,
Kepala Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung,

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : GHEA ANASTASIA BANONDARI
Tempat/Tanggal Lahir : TASIKMALAYA/22 JULI 1999
NIM : 201722079
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **PERENCANAAN KEDAI TANTREND DI KOTA CIMAHI** 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.

Bandung, Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



GHEA ANASTASIA BANONDARI

NIM 201722079

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME atas berkat rahmat-Nya yang maha kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir yang merupakan syarat kelulusan dalam menempuh studi pada program Jurusan Hospitaliti Diploma III, Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan judul, “**PERENCANAAN KEDAI TANTREND DI KOTA CIMAHI**”.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam pembuatan Tugas akhir ini secara langsung dan tidak langsung. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M,Sc. sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Hidang, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak Ridwan Iskandar, SE., MM. selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi saran kepada penulis.
6. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par. selaku pembimbing II penulis yang juga sudah meluangkan waktunya, memberi masukan dan sabar dalam membimbing penulis.
7. Seluruh dosen dan staff pengajar Program Studi Manajemen Tata Hidang, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

8. Kepada orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan juga perhatian yang diberikan, untuk Ibu Chatarina Indartuti dan Bapak Wahyu Kunto Adjie yang selalu mengingatkan penulis untuk tetap semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas akhir ini.
9. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Tata Hidang khususnya 6B yang telah memberikan dukungan dan bantuan sampai Tugas akhir ini selesai.
10. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doa dalam pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak dapat diucapkan satu persatu.

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga Tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk seluruh pembaca.

Bandung, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
<i>EXCECUTIVE SUMMARY</i>	x
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. GAMBARAN UMUM BISNIS	6
1. Deskripsi Bisnis.....	6
2. Deskripsi Logo & Nama.....	6
3. Identitas Bisnis.....	8
C. VISI MISI	10
1. Visi	10
2. Misi	10
D. IDENTIFIKASI PELUANG DAN HARAPAN	10
E. SPESIFIKASI PRODUK/JASA	11
F. JENIS BADAN USAHA DAN STRUKTUR MANAJEMEN	12
1. Jenis Badan Usaha.....	12
2. Struktur Personalia dan Manajemen	13
G. ASPEK LEGALITAS	14
BAB II ASPEK PRODUK/JASA	15
A. DAFTAR & DESKRIPSI PRODUK/JASA	15
B. ANALISA KEUNGGULAN PRODUK/JASA	16
C. PENENTUAN KAPASITAS & RENCANA PRODUKSI	17
D. PENYAJIAN & KEMASAN PRODUK/JASA	18
E. MEKANISME QUALITY CHECK	20

BAB III RENCANA PEMASARAN	22
A. RISET PASAR (SEGMENT, TARGET, POSITIONING)	22
<i>a. Segmenting</i>	<i>22</i>
<i>b. Targeting</i>	<i>24</i>
<i>c. Positioning</i>	<i>25</i>
B. VALIDASI PRODUK.....	26
C. KOMPETITOR.....	27
D. PROGRAM PEMASARAN.....	29
E. MEDIA PEMASARAN	31
F. PROYEKSI PENJUALAN	35
BAB IV ASPEK SDM & OPERASIONAL	37
A. IDENTITAS OWNERS/FOUNDERS.....	37
B. STRUKTUR ORGANISASI.....	37
C. JOB ANALYSIS DAN JOB DESCRIPTION	38
1. <i>Job Analysis</i>	<i>38</i>
2. <i>Job Description</i>	<i>39</i>
D. MANNING BUDGET/ANGGARAN TENAGA KERJA.....	40
E. SERVICE SCAPE (LAYOUT/FLOW).....	41
F. ACTION PLAN & REPORT	44
1. Pembentukan Ide.....	45
2. Observasi Pasar	47
3. Validasi Ide	47
4. Pembuatan Sampel Produk.....	47
5. Validasi Produk.....	47
6. Persiapan Bangunan dan Peralatan	48
7. Promosi.....	48
8. Release Product	49
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	50
A. METODE PENCATATAN AKUNTANSI.....	50
1. <i>Cash Basis (one shoot project)</i>	<i>50</i>
2. <i>Accrual Basis (going concern)</i>	<i>50</i>
B. CAPITAL EXPENDITURE (IDENTIFIKASI INITIAL INVESTMENT) 51	
1. <i>Tangible Investment (Depreciation, Terminal Cash Flow)</i>	<i>51</i>
2. <i>Intangible Investment (Amortization).....</i>	<i>53</i>

3. <i>Working Capital (Terminal Cash Flow)</i>	54
C. TIME VALUE OF MONEY (NILAI WAKTU UANG).....	55
1. <i>Present Value</i>	55
2. <i>Future Value</i>	56
D. PENDANAAN INVESTASI : <i>AGENCY THEORY</i>	57
1. <i>Owners Equity (Modal Sendiri)</i>	57
2. <i>Debt (Bank/Other Loan)</i>	58
E. PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN	59
1. <i>Variable Cost, Fixed Cost, Mixed Cost</i>	59
2. <i>Break Event Point (BEP)</i>	60
3. <i>Cash Volume Profit (CVP)</i>	62
F. IDENTIFIKASI <i>CASH FLOW & OUTFLOW</i>	62
1. <i>Operating Budget</i>	62
2. <i>Cash Flow Projection</i>	63
3. Pengaruh Makro Ekonomi.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1	BISNIS MODEL CANVAS KEDAI TANTREND.....	5
1.2	ANALISIS <i>SWOT</i> TERHADAP KEDAI TANTREND	10
2.1	STANDARD RECIPE.....	16
2.2	CONTOH KEMASAN PRODUK	18
3.1	VARIABEL SEGMENTASI UTAMA KEDAI TANTREND.....	23
3.2	HASIL KUISIONER <i>SAMPLE</i> PRODUK KEDAI TANTREND	25
3.3	PESAING USAHA LANGSUNG DI KOTA CIMAH I DAN SEKITARNYA	27
3.4	PESAING USAHA TIDAK LANGSUNG DI KOTA CIMAH I DAN SEKITARNYA ..	27
3.5	PROGRAM PEMASARAN KEDAI TANTREND SELAMA 1 TAHUN	29
3.6	PROYEKSI PENJUALAN KEDAI TANTREND SELAMA 5 TAHUN	35
4.1	ANGGARAN TENAGA KERJA KEDAI TANTREND	39
4.2	<i>ACTION PLAN</i> KEDAI TANTREND.....	43
5.1	<i>INVESTMENT TANGIBLE</i> KEDAI TANTREND	49
5.2	TARIF DAN MASA MANFAAT PENYUSUTAN FISKAL.....	50
5.3	DEPRESIASI <i>TANGIBLE INVESTMENT</i>	51
5.4	<i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> KEDAI TANTREND.....	51
5.5	MASA MANFAAT DAN TARIF AMORTISASI	52
5.6	DEPRESIASI <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i>	52
5.7	<i>WORKING CAPITAL</i> KEDAI TANTREND	53
5.8	<i>PRESENT VALUE</i> KEDAI TANTREND	53
5.9	<i>FUTURE VALUE</i> KEDAI TANTREND.....	54
5.10	RINCIAN <i>INVESTMENT</i> KEDAI TANTREND	56
5.11	<i>LOAN INSTALLMENT</i> KEDAI TANTREND	56
5.12	<i>VARIABLE COST</i> KEDAI TANTREND	57
5.13	<i>FIXED COST</i> KEDAI TANTREND.....	58
5.14	<i>INVESTMENT ANALYSIS</i> KEDAI TANTREND	59
5.15	PERHITUNGAN <i>PAYBACK PERIOD</i>	59
5.16	<i>INCOME STATEMENT</i> KEDAI TANTREND	60
5.17	PERHITUNGAN <i>CASH FLOW</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1	LOGO KEDAI TANTREND	7
1.2	LOKASI KEDAI TANTREND	8
2.1	PRODUK CAMILAN KETAN SUSU KEDAI TANTREND	15
3.1	CONTOH IKLAN PROMOSI DI <i>INSTAGRAM</i>	32
3.2	CONTOH IKLAN PROMOSI DI <i>TWITTER</i>	32
3.3	BANNER KEDAI TANTREND	33
3.4	BROSUR KEDAI TANTREND	33
3.5	VOUCHER KEDAI TANTREND	34
4.1	STRUKTUR ORGANISASI KEDAI TANTREND	37
4.2	KEDAI TANTREND LANTAI 1 TAMPAK DEPAN	40
4.3	KEDAI TANTREND LANTAI 1 TAMPAK ATAS	41
4.4	KEDAI TANTREND LANTAI 1 TAMPAK BELAKANG	41
4.5	KEDAI TANTREND LANTAI 1 TAMPAK SAMPING KIRI	41
4.6	KEDAI TANTREND LANTAI 2 TAMPAK DEPAN	42
4.7	KEDAI TANTREND LANTAI 2 TAMPAK SAMPING KIRI	42
4.8	KEDAI TANTREND LANTAI 2 TAMPAK BELAKANG	42
4.9	KEDAI TANTREND LANTAI 2 TAMPAK SAMPING KANAN	42
4.10	<i>VALUE PROPOTION CANVAS</i>	44
4.11	IKLAN PROMOSI <i>GRAND OPENING</i>	47

EXECUTIVE SUMMARY



Dalam perencanaan bisnis yang telah dibuat didalam Tugas Akhir ini merupakan bisnis usaha kedai ketan susu yang diberi nama Kedai TANTREND (Ketan ngeTrend) dan memiliki slogan “*Its Good Mood Food*” yang memiliki arti camilan ketan susu ini sangat cocok untuk membangkitkan mood karena rasanya yang manis. Diberi nama TANTREND karena ketan susu ini diberi *topping-topping* yang sedang ngetrend saat ini. Kedai ini hanya menjual hanya menjual ketan susu dengan beragam macam *topping* yang dijual dengan range harga Rp17.000 – Rp18.000. Usaha ini akan berlokasi di Jalan PD Mas Raya no. 26, Cimahi Selatan yang berdekatan dengan sekolah Santa Maria.

DAFTAR PUSTAKA

- A.H, N., & Y, P. (2008). *Perencanaan & Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Amilin, L. &. (2015). *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan JRAP*.
- Andri. (2009, januari 16). *Time Value of Money*. Diambil kembali dari Ilmu Manajemen: <https://ilmumanajemen.wordpress.com/2009/01/16/time-value-of-money/#:~:text=Time%20value%20of%20money%20atau,yang%20disebabkan%20karena%20perbedaan%20waktu>.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT: Raja Grafindo.
- Bahasa, B. P. (2010). *Kedai, Warung, Pasar, Toko, dan Plaza*. Diambil kembali dari Badan Bahasa: http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/petunjuk_praktis/551
- BAPPENDA. (2020, Januari 14). *Kedai Kopi Menjamur di Cimahi, Pemkot Langsung Incar Perolehan Pajak*. Diambil kembali dari Pikiran Rakyat: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01332025/kedai-kopi-menjamur-di-cimahi-pemkot-langsung-incar-perolehan-pajak>
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dosen Pendidikan. (2014). *Budget adalah*. Diambil kembali dari Dosen Pendidikan: <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-budget/>
- Fandy, T., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Fitriyani, V. (2016). 21.
- Ginting, R. (2007). *Sistem Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- J. Dalrymple, D. (1995). *Sales Management: Concepts and cases*. New York: John Wiley & Sons.
- Jefkins, F. (1995). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmenting, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Research*. Pearson Prentice Hall.

- Nailufar, A. A. (2012). Kajian Karakteristik Ketan Hitam Pada Beberapa Jenis Pengemas Selama Penyimpanan. *Teknosains Pangan Vol 1 No 1* .
- Rangkuti, F. (2005). *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis & Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Sun.
- Sastrohadiwiryo, B. (2002). *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sumarai, M., & Suprianto, J. (2003). *Pengertian Perusahaan Perseorangan, Syarat, Ciri, Kelebihan & Kekurangan serta Contohnya*. Diambil kembali dari Seputar Pengetahuan: https://www.seputarpengetahuan.co.id/2017/10/pengertian-perusahaan-perseorangan-syarat-ciri-ciri-kelebihan-dan-kekurangan-contoh.html#Murti_Sumarai_Jhon_Suprianto_2003
- Syamsuddin. (2020, may 20). *Pengertian Capital Expenditure atau Pengeluaran Modal dan Contohnya*. Diambil kembali dari Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-capital-expenditure-capex-atau-pengeluaran-modal-dan-contohnya/>
- Syamsuddin, L. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Terry, G. R. (1958). *Principles of Management*. Bandung: Bumi Aksara.
- Yosefa, Y. (2015). Pengertian Modal Kerja. 8.
- Zahir. (2013, Agustus 2013). *Pengertian Break Even Point*. Diambil kembali dari Zahira Accounting: <https://zahiraccounting.com/id/blog/break-even-point-bep/>