

**PERENCANAAN BISNIS ANGKRINGAN MINUMAN
REMPAH NYA.MAN DI KOTA TASIKMALAYA**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Ujian Akhir

Program Diploma III



Disusun oleh :

HARNI PERMANA LESTARI

NIM : 201722080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN
JURUSAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN
JUDUL TUGAS AKHIR
PERENCANAAN BISNIS ANGKRINGAN MINUMAN REMPAH
NYA.MAN DI KOTA TASIKMALAYA

NAMA : HARNI PERMANA LESTARI
NIM : 201722080
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
JURUSAN : PERHOTELAN

Bandung, 15 Juli 2020
Pembimbing I,



Ridwan Iskandar Sudayat, SE., MM

Bandung, 15 Juli 2020
Pembimbing II,



Drs. Moch. Agus Syadad, MM. Par

Bandung, Juli 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik
dan Kemahasiswaan,

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

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung,

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : HARNI PERMANA LESTARI
Tempat/Tanggal Lahir : TASIKMALAYA/26 JANUARI 1997
NIM : 201722080
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN
Jurusan : PERHOTELAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul :
PERENCANAAN BISNIS ANGKRINGAN MINUMAN REMPAH NYA.MAN DI KOTA TASIKMALAYA 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,



HARNI PERMANA LESTARI
NIM 201722080

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur bagi Allah SWT penulis panjatkan karena telah melimpahkan rahmat serta nikmatnya, karena-Nya penulis diberikan kesehatan lahir dan batin, sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu, yang mana Tugas Akhir ini merupakan syarat kelulusan untuk menempuh jenjang pendidikan Diploma-III pada Jurusan Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dengan judul, “ **PERENCANAAN BISNIS ANGKRINGAN MINUMAN REMPAH NYA.MAN DI KOTA TASIKMALAYA** “.

Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang telah membantu serta mendukung, baik doa, dorongan dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

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 Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison Sitompul, S. Sos., MM. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM. Par. Selaku Ketua Prodi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak Ridwan Iskandar, SE. MM. Selaku Pembimbing I yang telah membimbing serta memberi masukan dan saran untuk penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Drs. Moch. Agus Syadad, MM.Par. Selaku Pembimbing II yang telah membimbing serta memberi masukan dan saran untuk penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Dosen dan tenaga pengajar program studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
8. Orang Tua penulis, Bapak Jejen Jaelani dan Ibu Iis Darni, yang telah memberikan berbagai dukungan dan dorongan, baik secara doa, moril maupun materil, dan juga memberikan motivasi tiada henti kepada penulis dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Rekan-rekan MTH 6B yang selalu memberi bantuan, dukungan, motivasi serta doa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman penulis dan berbagai pihak yang telah membantu serta mendukung dalam penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki segala kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Penulis berharap, segala bentuk saran, kritik yang membangun dan bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bisa menjadi ladang kebaikan. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Bandung, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
EXCECUTIVE SUMMARY	xi
BAB I DESKRIPSI BISNIS	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. GAMBARAN UMUM BISNIS	8
a. Deskripsi Bisnis	8
b. Deskripsi Logo & Nama	9
c. Identitas Bisnis	11
C. VISI MISI	15
a. Visi	15
b. Misi	16
D. SWOT ANALYSIS	16
a. Strength	17
b. Weaknesses	17
c. Opportunity	18
d. Threats	18
E. SPESIFIKASI PRODUK/JASA	19
F. JENIS BADAN USAHA	21
G. ASPEK LEGALITAS	22
BAB II ASPEK PRODUK/JASA	23
A. DAFTAR & DESKRIPSI PRODUK/JASA	23
B. ANALISA KEUNGGULAN PRODUK/JASA	24
C. PENENTUAN KAPASITAS & RENCANA PRODUKSI	25
D. PENYAJIAN & KEMASAN PRODUK/JASA	27
E. MEKANISME QUALITY CHECK	29
BAB III RENCANA PEMASARAN	30
A. RISET PASAR (SEGMENT, TARGET, POSITIONING)	30

a. Segmen Pasar/ <i>Segmenting</i>	31
b. <i>Targetting</i>	33
c. <i>Positioning</i>	34
B. VALIDASI PRODUK (MARKET FIT)	35
C. KOMPETITIOR	37
D. PROGRAM PEMASARAN	41
E. MEDIA PEMASARAN	43
a. Instagram	44
b. <i>Facebook Advertisement</i>	46
c. Banner	47
d. Merchandise	48
F. PROYEKSI PENJUALAN	49
BAB IV ASPEK SDM & OPERASIONAL	53
A. IDENTITAS OWNERS/FOUNDERS	53
B. STRUKTUR ORGANISASI	54
C. JOB ANALYSIS & JOB DESCRIPTION	56
D. MANNING BUDGET (ANGGARAN TENAGA KERJA)	58
E. SERVICE SCAPE (LAYOUT/FLOW)	60
F. ACTION PLAN & REPORT	64
a. Pembentukan Ide	65
b. Observasi Pasar	67
c. Validasi Ide	67
d. Pembuatan Sample Produk	69
e. Validasi Produk	70
f. Persiapan Bangunan dan Peralatan	71
g. Promosi	71
h. <i>Release Product</i>	72
BAB V ASPEK KEUANGAN	73
A. METODE PENCATATAN AKUNTANSI	73
a. <i>Cash Basis</i>	73
b. <i>Accrual Basis</i>	73

B. CAPITAL EXPENDITURE (IDENTIFIKASI INITIAL INVESTMENT)	74
<i>a. Tangible Investment (Depreciation, Terminal Cash Flow)</i> ...	74
<i>b. Intangible Investment (Amortization)</i>	78
<i>c. Working Capital (Terminal Cash Flow)</i>	79
C. TIME VALUE OF MONEY (NILAI WAKTU UANG)	80
<i>a. Present Value</i>	80
<i>b. Future Value</i>	81
D. PENDANAAN INVESTASI	82
<i>a. Owners Equity (Modal Sendiri)</i>	82
<i>b. Debt (Bank/Other Loan)</i>	83
E. PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN	84
<i>a. Variable Cost, Fixed Cost, Mixed Cost</i>	84
<i>b. Break Event Point (BEP)</i>	86
<i>c. Cash Volume Profit (CVP)</i>	88
F. IDENTIFIKASI CASH FLOW & OUTFLOW	88
<i>a. Operating Budget</i>	88
<i>b. Cash Flow Projection</i>	89
<i>c. Pengaruh Makro Ekonomi</i>	90
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Gender Tahun 2016	1
1.2 Distribusi Penduduk Menurut Kelompok Umur Produktif (2018)	2
1.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Obyek Wisata Tahun 2016.....	3
1.4 <i>Business Model Canvas</i>	8
1.5 Daftar Akun Sosial Media Angkringan “Nya.man”	11
1.6 Spesifikasi Produk Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	19
2.1 Daftar Produk Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	24
2.2 Perhitungan Harga Jual Perporsi.....	26
2.3 Penyajian dan Kemasa Produk	28
3.1 Kuisiner Sampel Produk Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	36
3.2 Jumlah Restoran di Kota Tasikmalaya tahun 2013-2016.....	38
3.3 Data Jumlah Cafe & Restoran di Kota Tasikmalaya	39
3.4 Jumlah Angkringan dan Kaki Lima di Kota Tasikmalaya	40
3.5 Program Pemasaran Angkringan “Nya.man” tahun 2021	42
3.6 Proyeksi Penjualan (<i>Profit and Loss</i>) Perbulan	50
3.7 Proyeksi Penjualan Selama 5 Tahun	52
4.1 Anggaran Kerja Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	59
4.2 Timeline Action Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	64
4.3 Observasi Pasar Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	67
4.4 Data Peminatan Masyarakat kota Tasikmalaya terhadap “Nya.man” ..	68
5.1 <i>Investment</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	74
5.2 <i>Tangible Investment</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	75
5.3 Tabel Tarif dan Masa Manfaat Penyusutan Fisikal	76
5.4 Perhitungan Depresiasi <i>Tangible Investment</i>	77
5.5 <i>Intangible Investment</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	78
5.6 Masa Manfaat dan Tarif Amortisasi	79
5.7 <i>Working Capital</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	79
5.8 Perhitungan <i>Present Value</i>	81
5.9 Perhitungan <i>Future Value</i>	82
5.10 Pembagian Modal	83

5.11 <i>Loan Installment Schedule</i>	83
5.12 Perhitungan Anuitet	84
5.13 <i>Variable Cost</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	85
5.14 <i>Fixed Cost</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	85
5.15 <i>Mixed Cost</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	85
5.16 <i>Payback Period</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	87
5.17 <i>Income Statement</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	89
5.18 <i>Cash Flow Projection</i> Angkringan Minuman Rempah “Nya.man” ...	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Logo Bisnis Angkringan Minuman Rempah “Nyaman”	9
1.2 Akun Instagram Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	12
1.3 Peta Lokasi Usaha	13
1.4 Tampak Depan Lokasi Usaha	14
1.5 Situasi Jalan di Dekat Lokasi Usaha	14
1.6 Gambaran Bisnis Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	15
3.1 Contoh Postingan di Akun Instagram	45
3.2 Contoh Postingan di Akun Instagram <i>Story</i>	46
3.3 Contoh Postingan di <i>Facebook Ads</i>	47
3.4 Contoh Banner	48
3.5 Desain Merchandise	49
4.1 Struktur Organisasi	55
4.2 Layout dan Desain (Nampak Atas)	61
4.3 Layout dan Desain (Nampak Belakang)	61
4.4 Layout dan Desain (Nampak Depan Menyerong)	62
4.5 Layout dan Desain (Nampak Depan)	62
4.6 Layout dan Desain (Nampak Kanan)	63
4.7 Layout dan Desain (Nampak Kiri)	63
4.8 <i>Value Proposition Canvas</i>	66
4.9 Sample Produk Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”	70
4.10 Contoh Post Instagram <i>Release Product</i>	72
4.11 Contoh Foto Produk	72

EXECUTIVE SUMMARY



Nama usaha dari perencanaan bisnis ini adalah **Angkringan Minuman Rempah “Nya.man”**. Kata Nya.man merupakan pemenggalan dari kata nyaman yaitu *nya-man*. Nama ini disesuaikan dengan tempatnya yang berupa angkringan, diharapkan bahwa dengan nama ini, para pembeli dapat merasakan suasana yang nyaman dengan minuman yang sehat, sejuk dan segar ini. Selain itu, nama ini diambil karena ingin membuat para calon pembeli mudah menyebutkan serta mengingat namanya yang sederhana dan mudah diingat.

Alamat dari bisnis Angkringan Minuman rempah “Nya.man” ini berada di jalan Empangsari, kecamatan Tawang, tepatnya di Jalan Tarumanagara no. 14, kota Tasikmalaya. Penulis memilih lokasi ini karena jalan ini merupakan jalur yang sering dilalui sebagai jalur alternatif pengendara motor atau mobil dan lokasinya yang berdekatan dengan berbagai lokasi yang sering dikunjungi oleh anak muda terutama anak SMA dan mahasiswa.

Arti logo bisnis ini ialah perpaduan warna hijau dan coklat dengan kesan *earthy*, warna hijau yang identik dengan alam ini memberikan kesan santai dan segar, lalu warna coklat memberikan kesan hangat dan nyaman. Slogan “*Authentic Indonesian Herbal Beverage*” ini menjelaskan bahwa produk yang dijual di bisnis ini adalah minuman dengan bahan rempah khas Indonesia.

Gambar kayu manis dan jahe diantara gambar seorang anak perempuan merepresentasikan bahan yang digunakan dalam produk minuman yang akan ditawarkan. Lalu anak perempuan rambut hitam melambangkan anak muda Indonesia yang sehat dan ceria ini sedang meminum salah satu produk minuman angkringan ini, diharapkan logo ini bisa menarik anak-anak muda sekarang karena sentuhan animasi anak perempuan ini. Untuk bentuknya yang bulat, diharapkan bisnis ini terus berputar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, R. A. (2020). *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Affandi, N. N. (2019). *Kelor Tanaman Ajaib Untuk Kehidupan Yang Lebih Sehat*. Sleman: Dee Publish.
- Ahyari, A. (1994). *Manajemen Produksi, Pengendalian Produksi Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Arifin, J. (2007). *Aplikasi Excel untuk Perencanaan Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- College, M. R. (2009). *Teknik Membuka Bisnis Desain Arsitektur*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fibrianto, K., & Putri, W. D. (2018). *Rempah Untuk Pangan dan Kesehatan*. Malang: UB Press.
- Gardjito, M., Harmayani, E., & Suharjono, K. I. (2018). *Jamu - Pusaka Penjaga Kesehatan Bangsa Asli Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2005). *Management Accounting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harsanto, B. (2013). *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. Sumedang: Unpad Press.
- Hasanudin, A. I. (2018). *Teori Akuntansi*. 2018: Cetta Media.
- Henard, D., & Szymanski, D. (2001). Why some new product are more succesfull than others. *Journal of Marketing Research* 38, 362-375.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis* . Jakarta: Erlangga.
- Hughess, K. (1985). *Business*. Mason, Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Kasali, R. (2007). *Membidik pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keegan, W., & Green, M. (2008). *Global marketing (5th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kolin, P. C. (1983). American Speech. *Mocktail, Anyone?*, hal. 190-191.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran I. Millenium Edition*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Marketing Management*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Boston: Prentice Hall.
- Kuswadi. (2005). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif*. Jakarta: Erlangga.

- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mustafa, H. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Nanga, M. (2001). *Makroekonomi : Teori Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Periasamy, P. (2009). *Financial Management, 2E*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Priyatmoko, H. (2018). *Kolom : Kearifan Angkringan*. Diambil kembali dari Detik News: <https://news.detik.com/kolom/d-3969893/kearifan-angkringan>
- Purnomo, A., Sudirman, A., Hasibuan, A., Sudarso, A., Sahir, S. H., Salmiah, . . .
Simamata, j. (2020). *Dasar-Dasar Kewirausahaan : Untuk Perguruan Tinggi dan Dunia Bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis (E-book).
- Reddy, P. N., & Acharyulu, G. (2008). *Marketing Research*. New Delhi: Excel Books.
- Rivai, V. (2005). *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi : Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Robbin, S., & Coulter, M. (2007). *Manajemen : Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT Indeks.
- Sedarmayanti. (2010). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV Bandar Maju.
- Soemarso, S. (2004). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Susanto, E. Y., & Script, I. (2011). *Mudah Merancang Sistem Akuntansi Otomatis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Swastha, B. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Woodcock, B. (2003). Action Planning. *Presentation Accenture Technology*, www.kent.ac.uk/careers/sk/skillsactionplanning.htm.