

**PERENCANAAN BISNIS *STREET FOOD*  
SOTO BAKAR PICUNG**

**TUGAS AKHIR**

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



**Oleh:**

**AVIFAH NURULIMANI UTOMO**

**Nomor Induk: 201923493**

**JURUSAN PERHOTELAN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA BOGA**

**POLITEKNIK PARIWISATA BANDUNG**

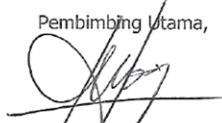
**2022**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR  
PERENCANAAN BISNIS *STREET FOOD* SOTO BAKAR PICUNG

NAMA : Avifah Nurulimani Utomo  
NIM : 201923493  
PROGRAM STUDI : Manajemen Tata Boga

Pembimbing Utama,



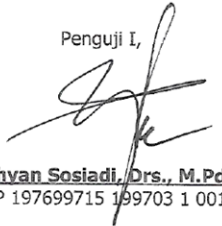
Christian Helmy Rumayar, S.Sos., MM.Par.  
NIP. 19691228 202121 1 001

Pembimbing Pendamping,



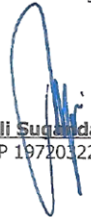
Ananta Budhi Danurdara, Dr. B.A.M.  
NIP. 19750611 200212 1 001

Penguji I,



Rohyan Sosiadi, Drs., M.Pd.  
NIP 197699715 199703 1 001

Penguji II,



R. Sondiana Ali Suganda / S.Sos., M.M. PAR  
NIP 19720322 200502 1 001

Bandung, 24 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

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



## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : AVIFAH NURULIMANI UTOMO  
Tempat/Tanggal Lahir : SURABAYA, 24 DESEMBER 1999  
NIM : 201923493  
Program Studi : MANAJEMEN TATA BOGA  
Jurusan : HOSPITALITI  
Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
PERENCANAAN BISNIS STREET FOOD SOTO BAKAR PICUNG  
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 Poltekpar NHI 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, 30 Juni 2022



AVIFAH NURULIMANI UTOMO  
NIM: 201923499

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat karunia serta rahmat-Nya penulis mampu untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Diploma III pada Program Studi Manajemen Tata Boga di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dengan judul tugas akhir “**Perencanaan Bisnis *Street Food* Soto Bakar Picung.**”

Tugas Akhir ini merupakan hasil dari kerja keras dan pemikiran penulis yang menjadi harapan bahwa tugas akhir ini dapat direalisasikan nantinya. Penulis menyadari penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin sekali mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE., selaku Plt. Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
3. Bapak Edison Sitompul, S.sos., MM.Par., selaku ketua jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung
4. R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., MM. Par selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata NHI Bandung
5. Bapak Christian Helmy Rumayar, S. Sos., MM.Par. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan arahan tata penulisan tugas akhir ini

6. Bapak Ananta Budhi Danurdara, Dr.,B.A.M., M.Sc.CPM (Asia) selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi serta memberikan arahan tata penulisan tugas akhir ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Program Studi Manajemen Tata Boga Politeknik Pariwisata NHI Bandung;
8. Bapak Ir. H. Hadi Utomo dan Ibu Hj. Ika Damayanti sebagai orang tua penulis, yang senantiasa memberikan dukungan serta doa-doa yang menguatkan penulis.
9. Seluruh rekan-rekan, khususnya di program studi Manajemen Tata Boga, atas bantuan, dukungan dan kenangan indah sampai tugas akhir ini terselesaikan;
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, and being me all times*

Dengan seluruh kerendahan hati, penulis masih menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Namun nantinya penulis sangat berharap tugas akhir ini akan berguna khususnya kepada penulis serta umumnya bagi kita semua.

Bandung, 5 April 2022

**(Avifah Nurulimani Utomo)**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN MAHASISWA .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1    LATAR BELAKANG .....	1
1.2    GAMBARAN UMUM USAHA .....	6
1.2.1    DESKRIPSI BISNIS .....	6
1.2.2    IDENTITAS BISNIS (KONTAK DAN ALAMAT) .....	10
1.3    VISI DAN MISI.....	11
1.4    SPESIFIKASI PRODUK.....	15
1.5    JENIS BADAN USAHA .....	16
1.6    ASPEK LEGALITAS .....	17
BAB 2 ASPEK PRODUK .....	19
2.1    DAFTAR DAN DESKRIPSI PRODUK .....	19
2.2    ANALISA KEUNGGULAN PRODUK.....	25
2.3    PENENTUAN KAPASITAS DAN RENCANA PRODUKSI.....	26
2.4    PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK.....	28
2.5    MEKANISME <i>QUALITY CHECK</i> .....	31
BAB 4 ASPEK SDM DAN OPERASIONAL .....	53
4.1    IDENTITAS <i>OWNERS</i> .....	53
4.2    STRUKTUR ORGANISASI.....	54
4.3 <i>JOB ANALYSIS</i> DAN <i>JOB DESCRIPTION</i> .....	55
4.4 <i>MANNING BUDGET</i> .....	59
4.5 <i>SERVICE SCAPE</i> .....	60
4.6 <i>ACTION PLAN &amp; REPORT</i> .....	62
BAB 5 ASPEK KEUANGAN.....	65
5.1    METODE PENCATATAN AKUNTANSI .....	65
5.1.1 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> .....	66
5.1.2 <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> .....	67
5.1.3 <i>WORKING CAPITAL</i> .....	67
5.2    PENDANAAN INVESTASI.....	68
5.2.1 <i>VARIABLE COST, MIXED COST, FIXED COST</i> .....	68
5.2.2 <i>BREAK EVEN POINT (BEP)</i> .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	viii

## DAFTAR TABEL

### **BAB 2**

TABEL 2. 1 MENU SOTO BAKAR PICUNG ..... 20

TABEL 2. 2 RESEP SOTO AYAM LAMONGAN ..... 22

### **BAB 3**

TABEL 3. 1 TARGET PENJUALAN PERBULAN ..... 50

TABEL 3. 2 PROYEKSI PENJUALAN PERBULAN ..... 51

TABEL 3. 3 PROYEKSI BIAYA PEMASARAN SOTO BAKAR PICUNG ..... 52

### **BAB 4**

TABEL 4. 1 JUMLAH PEGAWAI ..... 55

TABEL 4. 2 *JOB DESCRIPTION* DAN ANALISIS OWNER ..... 55

TABEL 4. 3 *JOB DESCRIPTION* DAN ANALISIS CASHIER ..... 56

TABEL 4. 4 *JOB DESCRIPTION* DAN ANALISIS COOK ..... 57

TABEL 4. 5 *JOB DESCRIPTION* DAN ANALISIS WAITER ..... 58

TABEL 4. 6 GAJI PEGAWAI ..... 60

TABEL 4. 7 *ACTION PLAN 1* ..... 63

TABEL 4. 8 *ACTION PLAN 2* ..... 64

### **BAB 5**

TABEL 5. 1 *INTANGIBLE INVESTMENT* SOTO BAKAR PICUNG ..... 67

## DAFTAR GAMBAR

### **BAB 1**

GAMBAR 1. 1 PENGGUNAAN LOGO DALAM UNSUR DESAIN .....	8
GAMBAR 1. 2 DESAIN BRAND TULISAN .....	8
GAMBAR 1. 3 LOGO UTAMA .....	8
GAMBAR 1. 4 PETA LOKASI.....	11

### **BAB 3**

GAMBAR 3. 1 HASIL SURVEY SOTO BAKAR PICUNG.....	38
---	----

### **BAB 4**

GAMBAR 4. 1 STRUKTUR ORGANISASI SOTO BAKAR PICUNG.....	54
GAMBAR 4. 2 <i>SERVICE SCAPE</i> .....	60
GAMBAR 4. 2 <i>SERVICE SCAPE</i> .....	61
GAMBAR 4. 2 <i>SERVICE SCAPE</i> .....	61
GAMBAR 4. 2 <i>SERVICE SCAPE</i> .....	61

### **BAB 5**

GAMBAR 5. 1 <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> .....	66
GAMBAR 5. 2 <i>WORKING CAPITAL</i> SOTO BAKAR PICUNG.....	68
GAMBAR 5. 3 <i>FIXED COST</i> DAN <i>VARIABLE COST</i> .....	69
GAMBAR 5. 4 <i>SUMMARY INCOME STATEMENTS</i> .....	70



## DAFTAR PUSTAKA

- A., J., Hasbulla, K., I. I., & M., A. (2020). Survei Pasar Online Strategi Riset Pasar Untuk Mengembangkan usaha Mikro Wanita di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 205.
- Enggak ada matinya ini alasan bisnis streetfood selalu digemari.* (t.thn.). Diambil kembali dari Bisnis Muda: <https://bisnismuda.id/read/1236-myeong/enggak-ada-matinya-ini-alasan-bisnis-streetfood-selalu-digemari>
- K., K., A., A., & J., A. (2022). Pengembangan Training KIT pada Mata Pelajaran. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 89-98.
- M., M. (2019). Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian. *Universitas Terbuka*, 23-29.
- P., M., & C., R. M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1808-1817.
- Pasaribu, R. M., Hutapea, H. D., Pasaribu, H. D., & Matondang, V. (2022). Pendampingan UMKM: Bagaimana Melakukan Riset Pasar. 65-71.
- Peluang Usaha Soto Ayam Lamongan dan Analisa Usahanya.* (2022). Diambil kembali dari Esin: [esin.com/peluang-usaha-soto-ayam-lamongan-dan-analisa-usahanya.html](http://esin.com/peluang-usaha-soto-ayam-lamongan-dan-analisa-usahanya.html)
- R., S. N. (2015). Peranan Riset Pasar Dan Desain Produk Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan. *Ekonologi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 127-130.
- Sejarah Soto Ayam Lamongan.* (2022, September 09). Diambil kembali dari Lamongan Pos: <https://lamonganpos.com/2022/09/09/sejarah-soto-ayam-lamongan/>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. *Alfabeta*.
- Surahman, A., Octaviansyah, A. F., & Darwis, D. (2020). Ekstraksi Data Produk E-Marketplace sebagai Pengolahan Segmentasi Pasar Menggunakan Web Crawler. *Sistemasi*, 73.
- Yudianto, R. (2019). Break Event Point sebagai Perencana Laba pada PT. Sepatu Bata Tbl. *Jurnal Ekonomia*, 29-47.