

PERENCANAAN KEDAI SEMANGKOK NASI DI KOTA BANDUNG

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Tugas Akhir
Program Diploma III Manajemen Tata Hidangan
Tahun Akademik 2021**



Oleh

PATRICK JONATHAN LIEM

Nomor Induk : 201822977

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN TATA HIDANGAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

JALAN DR. SETIABUDHI NO. 186

BANDUNG



**KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

Jalan Dr. Setiabudhi No. 186 Bandung 40141
Telepon (022) 2011456; Faksimile (022) 2012097; Laman www.stp-bandung.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN (setelah sidang dan revisi)

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN KEDAI SEMANGKOK NASI DI KOTA BANDUNG

NAMA : Patrick Jonathan Liem
NIM : 201822977
PROGRAM STUDI : MTH

Pembimbing Utama,

Syaeful Muslim, S.Pd., MM
NIP 19721019.200502.1.001

Pembimbing Pendamping

**Ridwan Iskandar, SE.,
MM.**
NIP 3804077401

Penguji I,

Dr. Ananta Budhi Danurdara, BA., M.Sc. CPM (Asia).
NIP 19750611 200212 1 001

Penguji II,

Edison, S.sos., MM.
NIP 1550514.199303.1.00

Bandung, 30 Maret 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan kerjasama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Patrick Jonathan Liem

Tempat/Tanggal Lahir : Bandung/15 Juni 1999

NIM : 201822977

Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:

**“PERENCANAAN KEDAI SEMANGKOK NASI DI KOTA
BANDUNG”**

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.

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.

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.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 21 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,



Patrick Jonathan Liem
NIM 201822977

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu yang berjudul “**PERENCANAAN KEDAI SEMANGKOK NASI DI KOTA BANDUNG**”. Tujuan dibuatnya Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi syarat ujian sidang Program Diploma III Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini Penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung serta Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Edison Sitompul, S.Sos,MM., selaku Ketua Jurusan Perhotelan.
3. Bapak Dr. Heru Riyadi, S.Sos.,MM.Par. selaku Kepala Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Syaeful Muslim, S.Pd., MM selaku pembimbing 1 Penulis.
5. Bapak Ridwan Iskandar Sudayat, SE., MM. selaku Pembimbing 2 Penulis.
6. Seluruh Dosen, Instruktur dan Tenaga Kependidikan Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
7. Orang Tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan material dan rohani.

8. Seluruh mahasiswa MTH 6A, yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada Penulis

Dalam penulisan ini penulis sadar bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna yang didasari oleh keterbatasan kemampuan Penulis, maka dari itu Penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan isi dari Tugas Akhir ini.

Akhir kata Penulis berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi Penulis dan pembaca.

Bandung, Januari 2022

Patrick Jonathan Liem

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Gambaran Umum Bisnis	4
C. Visi dan Misi	8
D. SWOT Analisis	9
E. Spesifikasi Produk	11
F. Jenis Badan Usaha	12
G. Aspek Legalitas	12
BAB II ASPEK PRODUK	14
A. Aspek dan Deskripsi Produk/Jasa	14
B. Analisis Keunggulan Produk	15
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	19
D. Penyajian dan Kemasan Produk	20
E. Mekanisme Quality Check	21
BAB III RENCANA PEMASARAN	24
A. Riset Pasar	24
B. Validasi Produk (Market Fit)	28
C. Kompetitor	33
D. Program Pemasaran	35
E. Media Pemasaran	36
F. Proyeksi Penjualan	37
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	39
A. Identitas <i>Owner</i>	39
B. Struktur Organisasi	39

	C. <i>Job Analysis dan Job Description</i>	40
	D. Anggaran Tenaga Kerja	41
	E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	42
	F. <i>Action Plan & Report</i>	44
BAB V	ASPEK KEUANGAN	47
	A. Metode Pencatatan Akuntansi	47
	B. Capital Expenditure	49
	C. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	54
	D. Identifikasi Cash Inflow & Outflow	57
	DAFTAR PUSTAKA	66
	BIOADATA PENULIS	70

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1	Produk Menu Semangkok Nasi.....	14
2	Recipe Costing Rawon untuk 5Porsi.....	16
3	Recipe Costing Gulai untuk 5 Porsi.....	16
4	Recipe Costing Rendang untuk 5 Porsi.....	17
5	Recipe Costing Nasi Putih untuk 10 Porsi.....	18
6	Recipe Costing Nasi Uduk untuk 10 Porsi.....	18
7	Recipe Costing Nasi Merah untuk 10 Porsi.....	19
8	Rencana Kapasitas Produksi Semangkok Nasi.....	19
9	Mekanisme Quality Check.....	21
10	Segmentasi Pasar Semangkok Nasi.....	25
11	Kapasitas Penawaran Perusahaan Pesaing Kepada Konsumen.....	33
12	Kapasitas Permintaan Konsumen Kepada Perusahaan.....	34
13	Peluang Semangkok Nasi dari Setiap Pesaing.....	34
14	Program Pemasaran Semangkok Nasi Januari-Desember 2022.....	35
15	Proyeksi Penjualan Semangkok Nasi dalam 1 Tahun Pertama.....	37
16	Anggaran Pegawai Semangkok Nasi.....	42
17	<i>Action Plan</i>	44
18	Tangible Invesment Semangkok Nasi.....	50
19	Depreciation Tangible Invesment Semangkok Nasi.....	50
20	Intangible Invesment dan Amortization Semangkok Nasi.....	51
21	<i>Working Capital</i> Bahan Baku Semangkok Nasi.....	52
22	<i>Working Capital Supplies</i> Semangkok Nasi.....	53
23	<i>Working Capital</i> Keseluruhan.....	54
24	List <i>Variable Cost</i>	55
25	List <i>Fixed Cost</i>	56
26	List <i>Mixed Cost</i>	57
27	<i>Income Statement</i> Tahun ke-1.....	58
28	<i>Income Statement</i> Tahun ke-2.....	59
29	<i>Income Statement</i> Tahun ke-3.....	61

30	<i>Income Statement</i> Tahun ke-4.....	62
31	<i>Income Statement</i> Tahun ke-5.....	63
32	<i>Cash Flow</i> Semangkok Nasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1	Design Logo Semangkok Nasi.....	5
2	Lokasi Usaha.....	7
3	Maps Lokasi Semangkok Nasi.....	8
4	Produk Semangkok Nasi.....	20
5	Hasil Survey Usia Responden.....	29
6	Hasil Survey Pekerjaan Responden.....	29
7	Hasil Survey Harga Rice Bowl per Porsi.....	30
8	Hasil Survey Packaging Semangkok Nasi.....	30
9	Hasil Survey Rasa Produk.....	31
10	Hasil Survey Ketertarikan Konsumen Modernisasi Makanan...	31
11	Hasil Survey Mengenai Akses Pembelian.....	32
12	Hasil Survey Ketertarikan Konsumen.....	32
13	Struktur Organisasi Semangkok Nasi.....	40
14	Layout Lokasi Bisnis.....	43

DAFTAR PUSTAKA

Nur Andini, Tresna (2020, September 7). *5 Alasan Mengapa Orang Indonesia*

Tak Bisa Lepas Dari Nasi. Retrieved from idntimes.com :

<https://www.google.com/amp/s/www.idntimes.com/hype/fun-fact/amp/tresna-nur-andini/tak-bisa-lepas-dari-nasi-c1c2>

Wibisono, Nuran (2017, April 20). *Makanan Jepang Menyerbu Indonesia*.

Retrieved from tirto.id :

<https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/makanan-jepang-menyerbu-indonesia-cm1t>

Lyliana, Lea (2021, Agustus 8). *15 Makanan Jepang Yang Populer di Indonesia*

Serta Penjelasannya. Retrieved from kompas.com :

https://www.kompas.com/food/read/2021/08/08/220700575/15-makanan-jepang-yang-populer-di-indonesia-serta-penjasannya?page=all&jxconn-1*mt4zep*other-jxampid*VFImVmotWHpCWU4zQ0JwMHFLR0RHX3JOOWZmMmJRQUZwa01HNklyS0h0WEIOM0JVZko2NTNZN2c4dFZTMTJTWA..#page2

Agmasari, Silvita (2019, Juli 30). *8 Fakta Menarik Soal HokBen, Restoran Ala*

Jepang Asli Indonesia. Retrieved from kompas.com:

<https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/travel/read/2019/07/30/2>

10800927/8-fakta-menarik-soal-hokben-restoran-ala-jepang-asli-indonesia

Fuji Astuti, Novi (2020, Agustus 12). *Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli*.

Retrieved from merdeka.com: <https://m.merdeka.com/jabar/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli-dari-tujuan-hingga-jenisnya-klm.html?page=2>

Paskalia (2019, Juni 27). *4 Regulasi UMKM*. Retrieved from modalrakyat.id:

<https://www.modalrakyat.id/blog/4-regulasi-ukm-ini-perlu-kamu-ketahui-sebelum-memulai-usaha>

Simamora, Bilson (2004). Riset Pemasaran. Falsafah, Teori, dan Aplikasi.

Pahlevi (2019, Desember 10). *Pengertian Positioning, Tujuan, Bentuk dan*

Prosedur. Retrieved from pahlevi.net:

<https://www.pahlevi.net/pengertian-positioning/amp/>

Pradana, Gilang (2021, September 13). *Product Market Fit: Tahapan, manfaat, dan Indikator Keberhasilannya*. Retrieved from Ngalup.co

<https://ngalup.co/business/product-market-fit-tahapan-manfaat-dan-indikator-keberhasilannya/>

Kurniawan, Kanada (2021, Maret 2). *Pengertian Strategi Pemasaran Menurut*

Ahli 2021. Retrieved from projasaweb.com:

<https://www.google.com/amp/s/projasaweb.com/pengertian-strategi-pemasaran/%3famp>

Gie (2021, September 7). *Sales Forecast: Pengertian, Cara Membuat, Fungsi, dan Manfaatnya*. Retrieved from accurate.id:

<https://accurate.id/marketing-manajemen/sales-forecast/>

Pintek (2021, April 5). *Segmentasi Pasar: Pengertian, Tujuan, dan Manfaatnya*.

Retrieved from pintek.id:

<https://pintek.id/blog/segmentasi-pasar/>

Gie (2021, Januari 11). *Pengertian Struktur Organisasi, Fungsi, Jenis, dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Retrived from accurate.id:

<https://accurate.id/marketing-manajemen/struktur-organisasi/>

Konsultan Psikologi (2014, Juni 23). *Pengertian Analisis Pekerjaan / Job Analysis*. Retrieved from konsultanpsikologijakarta.com:

<https://www.konsultanpsikologijakarta.com/pengertian-job-analysis/>

Acis Indonesia (2021, Februari 22). *Kelebihan dan Kekurangan Acrual Basis dan Cash Basis*. Retrieved from acisindonesia.com:

<https://www.acisindonesia.com/2021/02/22/kelebihan-dan-kekurangan-accrual-basis-dan-cash-basis/>

Khaeruddin (2017, Oktober 7). *Analisis Perhitungan Cost Volume Profit (CVP) untuk Perencanaan Laba Pada CV. Citra Sari di Makassar*. Retrieved from unismuh.ac.id:

<https://digilibadmin.unismuh.ac.id>

Sudriana, Meylinda. (2007) *Anggaran Operasional Sebagai Alat Pengendalian*

Manajemen Pada PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur. Retrieved from:

<https://media.neliti.com>

Hidayat, Rezza Anshori (2018). *Capital Expenditure Menurut Ahli.*

Retrieved from: <https://elibrary.unikom.ac.id>