

**PERENCANAAN BISNIS *FOOD BOOTH* “RISOULES” DI
KOTA GARUT**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Menempuh Pendidikan

DIPLOMA III



Oleh:

NOVIANDA ASTRINI YULINAR

NIM: 201923736

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI

SENI KULINER

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2023

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS *FOOD BOOTH* "RISOULES" DI KOTA GARUT

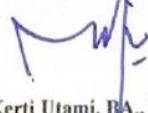
NAMA Novianda Astrini Yulinar
NIM 201923736
PROGRAM STUDI Seni Kuliner

Pembimbing Utama,



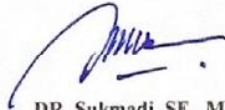
Dr. Atang Sabur Safari, M.Sc.
NIP. 19600105 199203 1 001

Pembimbing Pendamping,



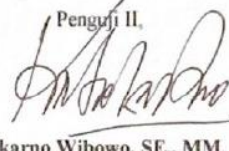
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE.
NIP. 19710316 19903 2 001

Penguji I,



DR. Sukmadi, SE., MM.
NIP. 19700810 2000605 1 001

Penguji II,



Sukarno Wibowo, SE., MM.
NIP. 19731017 200605 1 001

Bandung, 16 Februari 2023

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

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Novianda Astrini Yulinar
Tempat/Tanggal Lahir : Garut, 03 Juli 1999
NIM : 201923736
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

“Perencanaan Bisnis *Food Booth* “RISOULES” Di Kota Garut”

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 Politeknik KParwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir 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 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 Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 16 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Novianda Astrini Yulinar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan semoga sampai kepada kita selaku umatnya.

Pada kesempatan ini, penulis mencoba menyusun tugas akhir yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS *FOOD BOOTH* ”RISOULES” DI KOTA GARUT**”. Adapun maksud penyusunan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Diploma III pada program studi Manajemen Tata Boga di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan karya tulis ini mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai evaluasi penulis banyak mendapat bantuan, masukan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya tulis ini, terutama kepada yang tercinta Ibu Yeni Yulianti dan Bapak Irwan Noviansyah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, motivasi, nasehat, dorongan, semangat, dan kasih sayang yang tiada henti. Ucapkan terimakasih juga penulis haturkan kepada yang terhormat:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. Lien Maulina, M.PD., Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

3. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM.Par., CHRMP. Selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., MM.Par. selaku ketua Program Studi Manajemen Tata Boga Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Mochamad Nurrochman, S.Sos., M.Pd. (Alm) selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan, waktu, dan dukungan selama proses penyelesaian dengan baik.
6. Bapak Dr. Atatng Sabur Safari, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama Pengganti yang telah memberikan arahan, waktu, dan dukungan selama proses penyelesaian dengan baik.
7. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE. selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan, waktu, dan dukungan selama proses penyelesaian dengan baik.
8. Bapak Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd. selaku Dosen Bimbingan Akademik yang selalu memberi masukan dan informasi serta arahan kepada penulis.
9. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar serta Dosen Praktik di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
10. Tsabit Aqdam Dinan selaku seseorang yang paling dekat dengan penulis dari SMA hingga saat ini dan banyak membantu dalam penyusunan Tugas Akhir.
11. Teman-teman Leandrevici selaku teman kelas penulis yang banyak mendukung dan mengerjakan bersama-sama dalam penyusunan Tugas Akhir dan juga Acigeng (Firda, Ghilda, Destry, Shalsa, Rizka, dan Pepi) selaku sahabat penulis

yang menemani dari awal PSDP hingga saat ini saling mendukung dalam menyusun Tugas Akhir.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
EXECUTIVE SUMMARY	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis	5
1.2.1 Deskripsi Bisnis	6
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama.....	6
1.2.3 Identitas Bisnis	8
1.3 Visi dan Misi	9
1.4 Analisis SWOT.....	9
1.4.1 <i>Strength</i>	10
1.4.2 <i>Weakness</i>	10
1.4.3 <i>Opportunity</i>	10
1.4.4 <i>Threat</i>	11
1.5 Spesifikasi Bisnis	14
1.6 Jenis Badan Usaha.....	16
1.7 Aspek Legalitas	17
BAB II	18
ASPEK PRODUK	18
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk	18
2.2 Analisa Keunggulan Produk.....	20
2.2.2 Produk	20
2.2.3 Pelayanan	21

2.3	Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	21
2.4	Penyajian dan Kemasan Produk	23
2.5	Mekanisme Quality Check	25
BAB III.....		28
RENCANA PEMASARAN		28
3.1	Riset Pasar	28
3.1.1	Metode Riset Pasar.....	28
3.1.2	Segmentasi Pasar.....	29
3.1.3	Target Pasar.....	30
3.1.4	<i>Brand Positioning</i>	31
3.2	Validasi Produk	31
3.3	Kompetitor.....	37
3.4	Program Pemasaran	37
3.5	Media Pemasaran	38
3.6	Proyeksi Penjualan	39
BAB IV		41
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL		41
4.1	Identitas <i>Founder</i>	41
4.2	Struktur Organisasi	41
4.3	<i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	42
4.4	Anggaran Tenaga Kerja.....	45
4.5	<i>Service Scape (Layout/Flow)</i>	46
4.6	<i>Action Plan and Report</i>	48
BAB V.....		50
ASPEK KEUANGAN.....		50
5.1	Metode Pencatatan Akuntansi	50
5.1.1	<i>Cash Basis</i>	50
5.1.2	<i>Accrual Basis</i>	50
5.2	Capital Expenditure	51
5.2.1	<i>Tangible Investmen & Intangible Investment</i>	52
5.2.2	<i>Working Capital</i>	53

5.3	Pendanaan Investasi	54
5.4	Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....	55
5.4.1	<i>Variable Cost & Fixed Cost</i>	55
5.4.2	<i>Break Even Point</i>	55
5.5	Identifikasi Cash Inflow & Outflow	57
5.5.1	<i>Operating Budget</i>	57
5.5.2	<i>Cash Flow Projection</i>	57
5.5.3	Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi: Pertumbuhan Ekonomi)	58
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Analisa SWOT RISOULES	12
Tabel 2. Bisnis Model Canvas RISOULES	13
Tabel 3. Spesifikasi Produk RISOULES.....	14
Tabel 4. Daftar Peralatan Dan Perlengkapan Dapur RISOULES.....	22
Tabel 5. Rencana Kapasitas Produksi RISOULES Perhari	23
Tabel 6. Mekanisme Quality Check	25
Tabel 7. Daftar Kompetitor.....	37
Tabel 8. Program Pemasaran RISOULES	38
Tabel 9. Proyeksi Penjualan RISOULES Dalam 1 Tahun.....	40
Tabel 10. Jam Kerja Karyawan RISOULES	44
Tabel 11. Jadwal Karyawan RISOULES	45
Tabel 12. Anggaran Tenaga Kerja RISOULES	45
Tabel 13. <i>Action Plan</i> RISOULES	49
Tabel 14. Proyeksi Pendapatan dan Pengeluaran Bulan Pertama.....	51
Tabel 15. <i>Tangible Investment Equipment</i>	52
Tabel 16. <i>Tangible Investment Utensil</i>	53
Tabel 17. <i>Tangible Investment Aksesoris</i>	53
Tabel 18. <i>Working Capital</i> Risoules	54
Tabel 19. Pendanaan Investasi Risoules	54
Tabel 20. <i>Variable Cost & Fixed Cost</i> Dalam Setahun	55
Tabel 21. <i>Operating Budget</i> Risoules	57
Tabel 22. <i>Projected Cash Flow</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo RISOULES	7
Gambar 2. Lokasi Penjualan	8
Gambar 3. Kemasan RISOULES (matang) <i>dine in/take away</i>	15
Gambar 4. Kemasan RISOULES (mentah) <i>Frozen</i>	15
Gambar 5. Contoh Desain <i>Booth</i> RISOULES.....	16
Gambar 6. Menu RISOULES.....	18
Gambar 7. Kemasan RISOULES (matang) <i>dine in/take away</i>	24
Gambar 8. Kemasan RISOULES (mentah) <i>Frozen</i>	24
Gambar 9. Struktur Organisasi RISOULES	42
Gambar 10. Layout Dapur Produksi RISOULES	46
Gambar 11. Layout Booth RISOULES.....	47
Gambar 12. Booth RISOULES Tampak Depan	47
Gambar 13. Booth RISOULES Tampak Samping Kanan.....	48
Gambar 14. Booth RISOULES Tampak Samping Kiri	48

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : RISOULES

Lokasi : Jl. Cimanuk, No. 167, Kec. Tarogong Kidul, Garut.

Tema : *Food Booth (street food)*

Logo :



Penjelasan Singkat:

“RISOULES” merupakan usaha makanan cepat saji yang dijual menggunakan media *food booth* atau gerobak modern dengan desain eksklusif. Terdapat 4 varian rasa pada risoles ini dan disajikan secara *a la minute* ataupun frozen untuk stock.

Latar Belakang Usaha:

Usia produktif beserta dengan kesibukannya diluar rumah mengakibatkan berkurangnya waktu untuk mengolah makanan, serta berkembangnya culinary festival di Garut dengan makanan yang tidak banyak variasi, maka dari itu dengan hadirnya makanan cepat saji yang *simple* dengan variasi menu, diharapkan bisa menjadi solusi untuk beberapa masalah diatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, N. K. Y. (2003). Segmentasi Pasar, Penentuan Target dan Penentuan Posisi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 1(2), 91-106.
- Anam, C. (2017). Introduksi Booth Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness Kue Leker Menuju UKM Naik Kelas. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 68-76.
- Anonim. (2019, Januari 02). *Pengertian Kuliner*. Retrieved from kanal info: <https://www.kanalinfo.web.id/pengertian-kuliner>
- Anonim. (2020, Mei 26). *Value Proposition Canvas*. Retrieved from sis.binus: <https://sis.binus.ac.id/2020/05/26/value-proposition-canvas/>
- Anonim. (2021, Desember 1). Mengenal Apa Itu Target Pasar dan penerapannya. Retrieved from podomorouniversity: <https://podomorouniversity.ac.id/apa-itu-target-pasar/>
- Angga Dwi Asmara, A. (2020). *Penyusunan Anggaran Operasional sebagai Alat Pengendalian Laba pada CV Twin Setia* (Doctoral dissertation, Universitas Teknologi Yogyakarta).
- Arnina, P. (2016). *Langkah-Langkah Efektif Menyusun SOP*. Huta Publisher.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of marketing*, 56(2), 57-71.
- Calvalie, F. J., Warjoyo, J. G., & Harjani, P. I. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual dari Sebuah UMKM Produk Kue di Tangerang. *Rupaka*, 4(1).
- CHANDRA, S. J. (2012). *PERENCANAAN BISNIS PADA USAHA HONEY CAFE* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen Unika Soegijapranata).
- Firzandy, H. (2017). BSD City: Menuju World Class City. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 10(1), 67-79.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Perdana, R. (2019). Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 88-98.

- Huda, N. T. (2018). Etnomatematika pada bentuk jajanan pasar di daerah istimewa yogyakarta. *JNPM (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika)*, 2(2), 217-232.
- Horne, James C. Van dan John M. Wachowicz, Jr., (2009). Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan 1st Edition. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamaluddin, I. H. A., & Patta Rapanna, S. E. (2017). *Administrasi Bisnis* (Vol. 1). Sah Media.
- Lutfi Erik Prasetyo, I. I. (2021). Sistem Optimasi Pendistribusian Bahan Makanan dan Snack dengan Alogaritma Ant Colony Optimization (ACO). *AITI*, 18(1), 88-96.
- Makatengkeng, M. M., Sondakh, J. J., & Walandouw, S. K. (2014). PERLAKUAN AKUNTANSI CAPITAL EXPENDITURE DAN REVENUE EXPENDITURE PADA PT. BANGUN WENANG BEVERAGES CO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Muspawi, M. (2017). Urgensi Analisis Pekerjaan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia Organisasi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 17(3), 196-204.
- Moechthar, O. (2020). *Teknik Pembuatan Akta Badan Hukum dan Badan Usaha di Indonesia*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Nahriana, N., Supatminingsih, T., & Makmur, E. PKM Pelatihan Pembuatan Jajan Pasar Bagi Karyawan/Staf KPRI UNM. In *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Oliver, A. (2022, Januari 23). Mengenal Action Plan: Arti, Manfaat, Cara Membuat, dan Contoh-contohnya. Retrieved from glints: <https://glints.com/id/lowongan/action-plan-adalah/#.Y6ArKnZBzQA>
- Ong, I. A. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincao Station Grand City, Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-11.
- Pramono, B. (2021). Ergonomi Pembagian Zona Kerja Terbatas pada Gerobak Streetfood di Kota Yogyakarta. *LINTAS RUANG: Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior*, 9(1), 37-44.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

- Prasetyo, L. E., Istiadi, I., & Marisa, F. (2021). Sistem optimasi pendistribusian bahan makanan dan snack dengan algoritma Ant Colony Optimization (ACO). *AITI*, 18(1), 88-96.
- Pratama, H. G. P. (2022). PENGABDIAN MASYARAKAT MITRA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH KOTA SERANG MEMBUAT LOGO DALAM RANGKA MEMBANGUN IDENTITAS USAHA DAN STRATEGI BRANDING USAHA. *JURNAL PENGABDIAN VOKASI (JAPESI)*, 1(1), 11-16.
- Purnawan, A., & Adillah, S. U. (2020). *Hukum Dagang dan Aspek Legalitas Usaha*. Penerbit Lindan Bestari. Semarang.
- Putri, K. S., Widyadana, I. G. A., & Palit, H. C. (2015). Peningkatan kapasitas produksi pada PT. Adicitra Bhirawa. *Jurnal Titra*, 3(1), 69-76.
- Rahayu, Y. (2015). Reformasi Sistem Akuntansi Cash Basis Menuju Sistem Akuntansi Accrual Basis. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 348-354.
- Riyanto, Bambang, (2001). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit UGM.
- Handayani, M.T. (2021, September 23). Riset Pasar: Manfaat, Jenis, Empat Metode Umum dan Cara Melakukannya. Retrieved from ekrut: <https://www.ekrut.com/media/cara-melakukan-riiset-pasar>
- Sari, R. K. (2019). Viral Marketing: Memanfaatkan kekuatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pemasaran. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 81-96.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahjono, S. I. (2022). *Struktur Organisasi*.
- Wardhana, Aditya, et al. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Widayanti, R. E. (2020). Manajemen Modal Kerja (Working Capital Management). *MANAJEMEN MODAL KERJA (WORKING CAPITAL MANAJEMENT)*, 1-15.
- Yusuf, A. A., & Nurhayati, N. (2017). Analisis Penggunaan Metode Pencatatan Cash Basis dan Accrual Basis Pada Transaksi-transaksi di Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 9(1).