

**BMC KEDAI *TROPICAL POPPING BOBA*  
DI KOTA BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
Dalam menempuh studi pada  
Program Diploma III



Oleh :

**VERANIKE ANGGRA DEWI**

**Nomor Induk : 201722290**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2020**

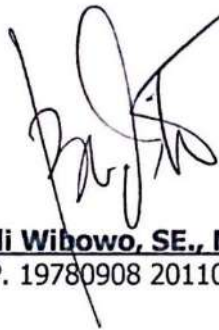
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

## **BMC KEDAI TROPICAL POPPING BOBA DI KOTA BANDUNG**

NAMA : VERANIKE ANGGRA DEWI  
NIM : 201722290  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



**Budi Wibowo, SE., MM.Par.**  
NIP. 19780908 201101 1 008

Pembimbing II,



**Dr. Heru Riyadi, S.Sos., MM.Par.**  
NIP. 19660122 199603 1 001

Bandung, 01 Februari 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

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

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

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

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : VERANIKE ANGGRA DEWI  
Tempat/Tanggal Lahir : BANJARNEGARA/29 MARET 1999  
NIM : 201722290  
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul: **BMC KEDAI TROPICAL POPPING BOBA DI KOTA BANDUNG** ini 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 ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh 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 ini ditemukan adanya 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, Desember 2020  
Yang membuat pernyataan,



VERANIKE ANGGRA DEWI  
NIM 201722290

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkah rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar dan tepat waktu. Penyusunan ini bertujuan

Tugas Akhir dengan judul: **“BMC KEDAI *TROPICAL POPPING BOBA* DI KOTA BANDUNG”** ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Manajemen Tata Hidangan, di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

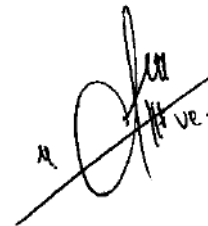
Selama penyusunan Tugas akhir ini tidak terlepas dari banyak pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Faisal Kasim, MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM selaku Ketua Jurusan Hospitaliti di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, S.Sos., MM.Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
5. Bapak Budi Wibowo, SE., MM.Par. selaku Pembimbing I yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini, serta memberikan banyak masukan serta saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Kepada dosen, staff pengajar, dan staff administrasi di Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
7. Kepada kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis, serta kasih dan sayang yang telah diberikan kepada penulis.

8. Kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan, dan semangat kepada penulis.
9. Serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini hingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulis senantiasa memiliki keterbatasan dan menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun dan bermanfaat untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, Desember 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'V. Anggra Dewi', written over a diagonal line.

VERANIKE ANGGRA DEWI  
NIM 201722290

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i> .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Gambaran Umum Bisnis .....	12
C. Visi dan Misi .....	17
D. SWOT Analysis .....	18
E. Spesifikasi Produk/Jasa .....	20
F. Jenis/Badan Usaha .....	21
G. Aspek Legalitas .....	22
BAB II ASPEK PRODUK .....	23
A. Daftar dan Deskripsi Produk .....	23
B. Analisa Keunggulan Produk .....	27
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi .....	28
D. Penyajian dan Kemasan Produk .....	29
E. Mekanisme Quality Check .....	31
BAB III RENCANA PEMASARAN .....	35
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i> ) .....	35
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i> .....	39
C. Kompetitor .....	41
D. Program Pemasaran .....	43
E. Media Pemasaran .....	45
F. Proyeksi Penjualan .....	51

BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL .....	54
A. Identitas <i>Owners/Founders</i> .....	54
B. Struktur Organisasi .....	55
C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> .....	55
D. <i>Manning Budget</i> /Anggaran Tenaga Kerja .....	58
E. <i>Service Scape (Layout/Flow)</i> .....	59
F. Action Plan & Report.....	62
BAB V ASPEK KEUANGAN .....	70
A. Metode Pencatatan Akuntansi.....	70
B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i> ) .....	72
C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Uang) .....	77
D. Pendanaan Investasi : ( <i>Agency Theory</i> ) .....	80
E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan .....	82
F. Identifikasi <i>Cash Inflow &amp; Outflow</i> .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	89

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL</b>		<b>Halaman</b>
1.	Jenis–Jenis Usaha Kuliner Di Kota Bandung .....	3
2.	<i>Trend</i> Usaha Minuman Di Bandung Tahun 2020.....	4
3.	Pesaing Jenis Usaha Yang Serupa Di Kota Bandung .....	7
4.	Hasil Kuesioner Tingkat Minat Masyarakat .....	8
5.	<i>Business Model Canvas</i> .....	10
6.	Spesifikasi Produk Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	20
7.	Daftar Produk Minuman Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	23
8.	Perhitungan Harga <i>Popping</i> Boba <i>Strawberry</i> .....	24
9.	Harga Jual Produk Minuman <i>Base Soda</i> .....	24
10.	Harga Jual Produk Minuman <i>Base Yogurt</i> .....	25
11.	Harga Jual Produk Minuman <i>Base Fresh Milk</i> .....	25
12.	Harga Jual Produk Minuman <i>Base Yakult</i> .....	26
13.	Harga Jual Produk Minuman <i>Base Smoothie</i> .....	26
14.	Harga Jual <i>Topping Homemade Whipped Cream</i> .....	27
15.	Harga Jual <i>Topping Cream Cheese Float</i> .....	27
16.	Penyajian Dan Kemasan Produk Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	29
17.	Segmentasi Pasar Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	36
18.	Hasil Kuesioner Pendapat Pasar Terhadap Produk.....	40
19.	Daftar Pesaing Kedai <i>PIPPOP</i> Boba Di Kota Bandung.....	42
20.	Program Pemasaran Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	44
21.	Proyeksi Penjualan Kedai <i>PIPPOP</i> Boba Pada Tahun Pertama	52
22.	Proyeksi Penjualan Kedai <i>PIPPOP</i> Boba 5 Tahun Ke Depan .	53
23.	Anggaran Tenaga Kerja Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	58
24.	Program Kerja Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	63
25.	Data Validasi Ide.....	66
26.	<i>Tangible Investment Furniture &amp; Equipment</i> .....	73
27.	Tarif Dan Masa Manfaat Penyusutan Fiskal.....	74
28.	Tarif Penyusutan <i>Tangible Investment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba...	74
29.	<i>Intangible Investment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	75
30.	Masa Manfaat Dan Tarif Amortisasi .....	75
31.	Depresiasi <i>Intangible Investment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	76
32.	<i>Working Capital</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	76
33.	<i>Investment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	77
34.	<i>Present Value</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	78
35.	<i>Future Value</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	79
36.	Rincian <i>Investment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	81
37.	<i>Loan Installment</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	81
38.	<i>Variable Cost</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	82
39.	<i>Fixed Cost</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	83
40.	<i>Mixed Cost</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	83



41.	<i>Payback Period</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	84
42.	<i>Income Statement</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	85
43.	Perhitungan <i>Cash Flow</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	87

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. Logo Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	14
2. Penjelasan Logo Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	15
3. Lokasi Usaha Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	16
4. <i>Step Quality Check</i> .....	32
5. Akun <i>Instagram</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	46
6. Akun <i>Twitter</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	46
7. Akun <i>Facebook</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	47
8. Contoh Iklan Promosi Di Media Sosial .....	47
9. Contoh <i>Banner</i> .....	48
10. Contoh <i>Brochure</i> .....	49
11. Contoh <i>Voucher</i> .....	50
12. Contoh <i>Design Merchandise</i> .....	51
13. Struktur Organisasi Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	55
14. Tampak Depan Kedai <i>PIPPOP</i> Boba .....	59
15. Area Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	60
16. <i>Design Interior</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	61
17. <i>Design Interior</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	61
18. <i>Design Interior</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	62
19. <i>Design Interior</i> Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	62
20. <i>Value Proposition Canvas</i> .....	64
21. Sampel Produk Kedai <i>PIPPOP</i> Boba.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
1. Hasil Kuesioner.....	91
2. Biodata Penulis .....	93

## EXECUTIVE SUMMARY



Kedai *PIPPOP* Boba atau singkatan dari Kedai *Tropical Popping* Boba, merupakan kedai minuman yang akan didirikan di Kota Bandung tepatnya berada di Ruko Mainroad Dago Bandung, Jl. Ir. H. Djuanda, RT 03 RW 09, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40135. Pendirian kedai ini terinspirasi dari banyaknya *trend* usaha minuman yang ada di Kota Bandung. Salah satu *trend* usaha minuman tersebut yaitu boba, boba terdiri dari tiga varian yaitu *tapioca pearls* atau boba hitam, *bursting boba/popping boba* dan *crystal boba*.

Penulis memilih untuk menggunakan *bursting boba/popping boba* untuk produk usahanya. *Popping boba* yaitu boba yang berisi cairan manis dan memiliki banyak varian rasa sesuai dengan bahan dasar yang digunakan. *Tropical fruits* menjadi ciri khas pada kedai ini, *tropical fruits* tersebut digunakan sebagai bahan dasar pembuatan *popping boba* dan sebagai bahan tambahan pada produk minuman. Adapun produk yang akan dijual oleh Kedai *PIPPOP* Boba yaitu minuman berdasarkan *base*, ada lima macam *base* diantaranya, *soda*, *yoghurt*, *fresh milk*, *yakult* dan *smoothie*. Ke lima *base* minuman tersebut akan ditambahkan dengan *popping boba*, potongan *tropical fruits* sesuai dengan pesanan dan juga sirup. Produk tersebut akan dijual dengan harga Rp. 18.000 sampai dengan Rp. 26.000, dan dengan proyeksi penjualan sebanyak 115 produk setiap harinya.

Berdasarkan jumlah proyeksi penjualan dan beberapa perhitungan lainnya, dapat diketahui bahwa pada tahun pertama Kedai *PIPPOP* Boba ini akan mendapatkan *net profit* sebesar Rp. 178.166.206 dan akan terus meningkat setiap tahunnya. Jumlah dari *net profit* tersebut akan berpengaruh terhadap jangka waktu pelunasan bank dan titik impas (BEP) usaha dengan jumlah bunga sebesar 6% maka akan membutuhkan waktu selama 3 tahun 7 bulan untuk berada pada titik impas (BEP) tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brealey, Myers, dan Mercus. (2007). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Ke-5*. Jakarta: Erlangga.
- Carter, William K. (2009). *Akuntansi Biaya, Edisi Ke-14*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferrel, O.C & D, Harline. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Fitzsimmons, James A & Mona J. Fitzsimmons. (2011). *Service Management: Operation, Strategy, Information Technology, 7th Edition*. The McGraw-Hill: International Edition.
- Griffin, Ricky, W. & Ronald J. Ebert. (2007). *Bisnis, Edisi Ke-8 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2005). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan, Edisi 1*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Bumi Aksa.
- Hery. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Keller, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke-13, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kismono, Gugup. (2001). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFEE.
- Mulyadi. (2010). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Osterwalder, A & Pigneur, Y. . (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Purnomo, H. (2004). *Pengantar Teknik Industri Edisi Kedua*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2007). *Manajemen, Edisi Ke-8*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiawan, E. (2012-2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved from <https://kbbi.web.id/saing>
- Setiawan, E. (2012-2019). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved from <https://kbbi.web.id/kedai>
- Solomon, Michael R. dan Elmora W. Stuart (2003). *Marketing: Real People, Real Choices*. New Jersey: Prentice Hall

- Sopiah, E. M. (2013). *Perilaku Pemasaran - Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Stuart, M. R. (2003). *Marketing, 3th Edition, Pearson Education, Prentice Hall*. Prentice Hall: Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sularko, H., Prawata, V., & Widranata, M. (2008). *How Do They Think*. Jakarta: Mosher.
- Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan 1, Edisi Ke-3*. Medan: USU Press.
- Syamsuddin, Lukman. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wignjosuebrototo, S. (2003). *Pengantar Teknik dan Manajemen Industri*. Surabaya: Guna Widya.