

**PERENCANAAN BISNIS *BEVERAGE TRUCK* DI KOTA DEPOK**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh Ujian Akhir

Program Diploma III



Oleh :

**YOSHUA CESARE KAPPUW**

**Nomor Induk : 201722266**

**JURUSAN HOSPITALITI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN BISNIS *BEVERAGE TRUCK* DI KOTA DEPOK**

NAMA : YOSHUA CESARE KAPPUW  
NIM : 201722266  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : PERHOTELAN

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Heru Riyadi MM. Par**

**Dra. Retno Budi Wahyuni, MM. CHE.**

NIP: 196207301988032001

NIP. 196601221996031001

Bandung, Desember 2020

Mengetahui,

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik  
dan Kemahasiswaan,

Kepala Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung,

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**

NIP. 19710506 199803 1 001



**Faisal, MM.Par., CHE.**

NIP. 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YOSHUA CESARE KAPPUW  
Tempat/Tanggal lahir : Jakarta / 1 Juni 1998  
NIM : 201722266  
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANG  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir/Proyek akhir/Skripsi yang berjudul : **Perencanaan BMC Beverage Truck di Kota Depok** ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan, oleh orang atau pihak lain atau cara – cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku dilingkungan STP Bandung dan etika yang berlaku terhadap masyarakat keilmuan kecuali arahan dari pembimbing.
2. Dalam tugas akhir/Proyek akhir/Skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang 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 terdapat didalam naskah Tugas akhir/Proyek akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan diatas, atau pelanggaran dalam etika keilmuan, dan/atau ada klaim atas keaslian naska 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 dilingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan – peraturan terkait lainnya.
4. Demikian surat ini saya buat dengan sebenar – benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 17 February 2021  
Yang membuat pernyataan,

  
METERAI  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

**YOSHUA CESARE KAPPUW**

NIM 201722266

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME atas berkat rahmat-Nya yang maha kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan Ujian Akhir Semester yang merupakan syarat kelulusan dalam menempuh studi pada program Jurusan Hospitaliti Diploma III, Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan judul, **“PERENCANAAN *BEVERAGE TRUCK* DI KOTA DEPOK”**

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini secara langsung dan tidak langsung. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Faisal Kamis , MM.Par., CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M,Sc. Sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Hidangan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis.
6. Dra. Retno Budi Wahyuni, MM. CHE. Selaku pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis.
7. Kepada orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan juga perhatian yang diberikan, untuk Ibu Wintarwati Kappuw dan Bapak Pieter Kappuw yang selalu

mengingatkan penulis untuk tetap semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir Penelitian ini.

8. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Tata Hidangan khususnya 6A dan 6B yang telah memberikan dukungan dan bantuan sampai Tugas Akhir ini selesai.
9. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan doa dalam pembuatan Tugas Akhir ini yang tidak dapat diucapkan satu persatu.

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk seluruh pembaca.

Depok, Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>PERNYATAAN MAHASISWA .....</b>                         | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                            | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                               | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                    | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                | <b>ix</b>   |
| <b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>                             | <b>x</b>    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>    |
| <b>A. LATAR BELAKANG .....</b>                            | <b>1</b>    |
| <b>B. GAMBARAN UMUM BISNIS .....</b>                      | <b>5</b>    |
| <b>1. DESKRIPSI BISNIS.....</b>                           | <b>5</b>    |
| <b>2. DESKRIPSI LOGO DAN NAMA .....</b>                   | <b>5</b>    |
| <b>3. IDENTITAS BISNIS .....</b>                          | <b>7</b>    |
| <b>C. VISI DAN MISI.....</b>                              | <b>7</b>    |
| <b>1. VISI.....</b>                                       | <b>7</b>    |
| <b>2. MISI.....</b>                                       | <b>7</b>    |
| <b>D. SWOT ANALYSIS.....</b>                              | <b>8</b>    |
| <b>1. STRENGTH .....</b>                                  | <b>8</b>    |
| <b>2. WEAKNESESS .....</b>                                | <b>8</b>    |
| <b>3. OPPORTUNITY .....</b>                               | <b>8</b>    |
| <b>4. THREAT .....</b>                                    | <b>9</b>    |
| <b>E. SPESIFIKASI PRODUK DAN JASA .....</b>               | <b>9</b>    |
| <b>F. JENIS BADAN USAHA DAN STRUKTUR ORGANISASI .....</b> | <b>10</b>   |
| <b>G. ASPEK LEGALITAS .....</b>                           | <b>11</b>   |
| <b>BAB II ASPEK PRODUK.....</b>                           | <b>14</b>   |
| <b>A. DAFTAR DAN DESKRIPSI PRODUK DAN JASA.....</b>       | <b>14</b>   |
| <b>B. ANALISA KEUANGAN.....</b>                           | <b>16</b>   |
| <b>C. PENENTUAN KAPASITAS DAN RENCANA PRODUKSI .....</b>  | <b>16</b>   |
| <b>D. PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK/JASA.....</b>          | <b>17</b>   |
| <b>E. MEKANISME QUALITY CHECK .....</b>                   | <b>18</b>   |

|  |    |
|--|----|
| <b>BAB III RENCANA PEMASARAN</b> .....   | 21 |
| <b>A. Laporan Penjualan dan Pasar Saat Ini (Segmen, Target, Positioning)</b> ..... | 21 |
| 1. <b>SEGMENTASI PASAR (Market Analysis)</b> .....                                 | 21 |
| 2. <b>TARGETING</b> .....  | 23 |
| 3. <b>POSITIONING</b> .....  | 24 |
| <b>B. VALIDASI PRODUK</b> .....  | 24 |
| <b>C. KOMPETITOR</b> .....   | 26 |
| <b>D. PROGRAM PEMASARAN</b> .....  | 27 |
| <b>E. MEDIA PEMASARAN</b> .....  | 28 |
| <b>F. PROYEKSI PENJUALAN</b> .....   | 31 |
| <b>BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL</b> .....                                      | 33 |
| <b>A. IDENTITAS OWNER/FOUNDER</b> .....  | 33 |
| <b>B. STRUKTUR ORGANISASI</b> .....  | 33 |
| <b>C. JOB ANALYSIS DAN JOB DESCRIPTION</b> .....                                   | 35 |
| 1. <b>JOB ANALYSIS</b> .....   | 35 |
| 2. <b>JOB DESCRIPTION</b> .....  | 35 |
| <b>D. ANGGARAN TENAGA KERJA/MANNING BUDGET</b> .....                               | 36 |
| <b>E. SERVICE SCAPE (LAYOUT/FLO)</b> .....   | 37 |
| <b>F. ACTION PLAN &amp; REPORT</b> .....   | 42 |
| 1. <b>PEMBENTUKAN IDE</b> .....  | 42 |
| 2. <b>OBSERVASI PASAR</b> .....  | 43 |
| 3. <b>VALIDASI IDE</b> .....   | 43 |
| 4. <b>PEMBUATAN SAMPLE DAN PRODUK</b> .....  | 43 |
| 5. <b>PERSIAPAN BANGUNAN DAN PERALATAN</b> .....                                   | 43 |
| 6. <b>VALIDASI PRODUK</b> .....  | 44 |
| 7. <b>RELEASE PRODUK</b> .....   | 44 |
| <b>BAB V ASPEK KEUANGAN</b> .....  | 45 |
| <b>A. METODE PENCATATAN AKUNTANSI</b> .....  | 45 |
| 1. <b>CASH BASIS (One Shot Project)</b> .....                                      | 45 |
| 2. <b>ACCRUAL BASIS (Going Concern)</b> .....                                      | 45 |
| <b>B. CAPITAL EXPENDITURE (Identifikasi Initial Invement)</b> .....                | 45 |
| 1. <b>TANGIBLE INVESTMENT (Depretiation; Terminal Cash Flow)</b> .....             | 46 |

|   |    |
|---|----|
| <b>2. INTANGIBLE INVESTMENT (Amortization)</b> .....                  | 48 |
| <b>C. WORKING CAPITAL (Terminal Cash Flow)</b> .....                  | 50 |
| <b>D. TIMES VALUE OF MONEY (Nilai Waktu Uang)</b> .....               | 51 |
| <b>1. PRESENT VALUE</b> .....   | 51 |
| <b>2. FUTURE VALUE</b> .....  | 52 |
| <b>E. PENDANAAN INVESTASI (Agency Theory)</b> .....                   | 53 |
| <b>1. OWNER'S EQUALITY (Modal Sendiri)</b> .....                      | 53 |
| <b>2. DEBT (Bank/Other Loan)</b> .....                                | 54 |
| <b>F. PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN</b> .....        | 55 |
| <b>1. VARIABLE COST, FIXED COST, MIXED COST</b> .....                 | 55 |
| <b>2. BEP (Break Even Point)</b> .....                                | 57 |
| <b>3. COST VOLUME PROFIT (CVP)</b> .....                              | 58 |
| <b>G. IDENTIFIKASI CASH FLOW &amp; OUTFLOW</b> .....                  | 58 |
| <b>1. OPERATING BUDGED</b> .....                                      | 58 |
| <b>2. CASH FLOW PROJECTION</b> .....                                  | 59 |
| <b>H. PENGARUH MAKRO EKONOMI (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi)</b> ..... | 60 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....   | 61 |



## DAFTAR TABLE

|  |    |
|--|----|
| TABEL 1.1 PERSEPSI MASYARAKAT KOTA DEPOK TERHADAP KOLING TRUCK . | 4  |
| TABEL 2.1 STANDARD RECIPIE .....                                 | 17 |
| TABEL 3.1 VARIABLE SEGMENTASI KOLING TRUCK.....                  | 23 |
| TABEL 3.2 VALIDASI PRODUK KOLING TRUCK.....                      | 25 |
| TABEL 3.3 KOMPETITOR KOLING TRUCK .....                          | 27 |
| TABEL 3.4 PROYEKSI PEMASARAN KOLING TRUCK .....                  | 28 |
| TABEL 3.5 PROYEKSI PENJUALAN KOLING TRUCK SELAMA 3 TAHUN .....   | 33 |
| TABEL 4.1 STRUKTUR ORGANISASI KOLING TUCK.....                   | 36 |
| TABEL 4.2 GAJI KARYAWAN KOLING TRUCK.....                        | 39 |
| TABEL 4.3 ACTION PLAN KOLING TRUCK .....                         | 44 |
| TABEL 5.1 TANGIBLE KOLING TRUCK.....                             | 49 |
| TABEL 5.2 TARIF DAFTAR PENYUSUTAN DEPRESIASI .....               | 50 |
| TABEL 5.3 DEPRESIASI TANGIBLE KOLING TRUCK .....                 | 51 |
| TABEL 5.4 INTANGIBLE KOLING TRUCK.....                           | 52 |
| TABEL 5.5 MASA MANFAAT AMORTISASI .....                          | 52 |
| TABEL 5.6 AMORTISASI KOLING TRUCK .....                          | 53 |
| TABEL 5.7 WORKING CAPITAL KOLING TRUCK .....                     | 53 |
| TABEL 5.8 PRESENT VALUE KOLING TRUCK.....                        | 55 |
| TABEL 5.1 TANGIBLE KOLING TRUCK.....                             | 49 |
| TABEL 5.2 TARIF DAFTAR PENYUSUTAN DEPRESIASI .....               | 50 |
| TABEL 5.3 DEPRESIASI TANGIBLE KOLING TRUCK .....                 | 51 |
| TABEL 5.4 INTANGIBLE KOLING TRUCK.....                           | 52 |
| TABEL 5.5 MASA MANFAAT AMORTISASI .....                          | 52 |
| TABEL 5.6 AMORTISASI KOLING TRUCK .....                          | 53 |
| TABEL 5.7 WORKING CAPITAL KOLING TRUCK .....                     | 53 |

|  |    |
|--|----|
| <b>TABEL 5.8 PRESENT VALUE KOLING TRUCK</b> .....            | 55 |
| <b>TABEL 5.9 FUTURE VALUE KOLING TRUCK</b> .....             | 56 |
| <b>TABEL 5.10 BANK LOAN KOLING TRUCK</b> .....               | 57 |
| <b>TABEL 5.11 LOAN STATEMENT KOLING TRUCK</b> .....          | 58 |
| <b>TABEL 5.12 VARIABLE COST KOLING TRUCK</b> .....           | 59 |
| <b>TABEL 5.13 FIX COST KOLING TRUCK</b> .....                | 59 |
| <b>TABEL 5.14 INVESTMENT ANALYSIS AT END OF YEAR 3</b> ..... | 60 |
| <b>TABEL 5.15 PERHITUNGAN PAYBACK PERIOD</b> .....           | 60 |
| <b>TABEL 5.16 INCOME STATEMENT KOLING TRUCK</b> .....        | 62 |
| <b>TABEL 5.17 CASH FLOW KOLING TRUCK</b> .....               | 63 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| GAMBAR 1.1 LOGO KOLING TRUCK.....                       | 6  |
| GAMBAR 2.1 MENU KOLING TRUCK.....                       | 15 |
| GAMBAR 2.2 CUP TO GO .....                              | 18 |
| GAMBAR 3.1 IKLAN DI MEDIA SOSIAL .....                  | 30 |
| GAMBAR 3.2 IKLAN DI MEDIA SOSIAL .....                  | 31 |
| GAMBAR 3.3 BANNER KOLING TRUCK .....                    | 32 |
| GAMBAR 3.4 VOUCHER KOLING TRUCK.....                    | 32 |
| GAMBAR 4.1 DESIGN KOLING TRUCK TAMPAK DEPAN .....       | 40 |
| GAMBAR 4.2 DESIGN KOLING TRUCK TAMPAK SAMPING .....     | 40 |
| GAMBAR 4.3 DESIGN KOLING TRUCK FLOW PEMBELI.....        | 41 |
| GAMBAR 4.4 DESIGN BAR KOLING TRUCK.....                 | 41 |
| GAMBAR 4.5 DESIGN KOLING TRUCK TAMPAK BAGIAN DALAM..... | 42 |
| GAMBAR 4.6 DESIGN KOLING TRUCK TAMPAK BAGIAN DALAM..... | 42 |
| GAMBAR 4.7 DESIGN KOLING TRUCK TAMPAK BAGIAN DALAM..... | 43 |
| GAMBAR 4.8 LAYOUT KOLING TRUCK .....                    | 43 |

## Daftar Pustaka

- (2019, Oktober 16). Retrieved from doseninvestor: <https://doseninvestor.com/pengertian-tangible-dan-intangible-asset>
- (2020, Februari 14). Retrieved from salamadian.com: <https://salamadian.com/pengertian-bisnis/Accurate>. (2020). Retrieved from Accurate: <https://accurate.id/>
- Amilin. (2015). Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan JRAP.
- Andri. (2009). Times Value Of Money.
- Assuri. (2012). Manajemen pemasaran. jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Chandra, T. d. (2012). *SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING DAN PERILAKU KONSUMEN*. Retrieved from [faizfzz.wordpress.com: https://faizfzz.wordpress.com/2015/03/28/segmentation-targeting-positioning-dan-perilaku-konsumen/#:~:text=%E2%80%9CProses%20mengevaluasi%20dan%20memilih%20satu,dengan%20program%20pemasaran%20spesifik%20perusahaan%E2%80%9D.&text=Menurut%20Kotler%20dan%20A](https://faizfzz.wordpress.com/2015/03/28/segmentation-targeting-positioning-dan-perilaku-konsumen/#:~:text=%E2%80%9CProses%20mengevaluasi%20dan%20memilih%20satu,dengan%20program%20pemasaran%20spesifik%20perusahaan%E2%80%9D.&text=Menurut%20Kotler%20dan%20A)
- Depok, P. K. (2019). Retrieved from [depok.go.id: https://www.depok.go.id/sejarah](https://www.depok.go.id/sejarah)
- goodnewsfromindonesia*. (2020, 06 14). Retrieved from [goodnewsfromindonesia.id: https://www.goodnewsfromindonesia.id/](https://www.goodnewsfromindonesia.id/)
- Govindarajan, A. d. (2011).
- Handoko. (2008). Manajemen personalia dan sumber daya manusia. Yogyakarta: Liberty.
- Irawan, S. d. (1990). Retrieved from [kajian pustaka.com: https://www.kajianpustaka.com/2013/09/pengertian-klasifikasi-dan-tingkatan.html](https://www.kajianpustaka.com/2013/09/pengertian-klasifikasi-dan-tingkatan.html)
- Khasali, R. (1998). Membedik Pasar Indonesia . In R. Khasali, *Membedik Pasar Indonesia (segmentasi, targeting, dan positioning)* (p. 527). Gramedia Pustaka Utama.
- Khasali, R. (2007). Segmentasi pasar. In R. Khasali, *Membedik Segmen Pasar Indonesia* (pp. 119-120). Gramedia Pustaka Utama.
- Khasmir. (2016). Retrieved from [eprints.polsri.ac.id/: http://eprints.polsri.ac.id/](http://eprints.polsri.ac.id/)
- Mahfud, A. M. (2011). Retrieved from [e-jurnal.uajy.ac.id: http://e-journal.uajy.ac.id/](http://e-journal.uajy.ac.id/)
- Malayu. (2005). *Pengertian dan Definisi Job Analisis Menurut Para Ahli*. Retrieved from [specialpengetahuan.blogspot.com/: https://specialpengetahuan.blogspot.com/2014/07/pengertian-dan-definisi-job-analisis.html](https://specialpengetahuan.blogspot.com/)
- Munandar. (2011). *Jenis-jenis Anggaran yang Harus Dimiliki Perusahaan*. Retrieved from [accurate.id: https://accurate.id/akuntansi/jenis-jenis-anggaran/](https://accurate.id/akuntansi/jenis-jenis-anggaran/)

- Nafarin. (2004). *Pengertian Peramalan Penjualan (Sales Forecasting) dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Retrieved from [ilmumanajemenindustri.com: https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-peramalan-penjualan-sales-forecasting-faktor-faktor-yang-mempengaruhinya/](http://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-peramalan-penjualan-sales-forecasting-faktor-faktor-yang-mempengaruhinya/)
- PT.Teras Perjanjian. (2018, juli 08). Retrieved from [kontrak hukum.blogspot.com: https://kontrakhukum.blogspot.com/](http://kontrakhukum.blogspot.com/)
- putra. (2020, februari 14). Retrieved from [salamadian.com: https://salamadian.com/pengertian-bisnis/](http://salamadian.com/pengertian-bisnis/)
- Rangkuti, F. (2008). *Riset pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Steinford. (1979). *the world of bussnines*.
- sularko, d. (2008). *how do they think*.
- Susnaningsih. (2008). Retrieved from <http://repository.uin-suska.ac.id/4484/3/10.BAB%20II.pdf>