

**BUSINESS MODEL BERBASIS DARING “RISOLICIOUS” DI  
JABODETABEK**

**TUGAS AKHIR**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Tugas Akhir

Program Diploma III Manajemen Tata boga

Tahun 2021/2022



OLEH:

MUHAMMAD DAFFA FADHILLAH

Nomor Induk : 201823021

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN TATA BOGA

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG**

**2022**

# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

## BUSINESS MODEL BERBASIS DARING “RISOLICIOUS” DI DAERAH JABODETABEK

NAMA : Muhammad Daffa Fadhillah  
NIM : 201823021  
PROGRAM STUDI : Manajemen Tata Boga  
JURUSAN : Perhotelan

Pembimbing Utama,



Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par.  
NIP : 196912282002124001

Pembimbing Pendamping,




Mochamad Nurrochman, S.Sos., M.Pd.  
NIP : 196303021995031001

Penguji I,



Dr. Sukmadi, SE., MM.  
NIP: 197008102006051001

Penguji II,



Nur Komariah, S.Sos., MM.  
NIP: 196606061993032001

Bandung, .....

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan  
kerjasama

**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 : Muhammad Daffa Fadhillah  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/11 April 2000  
NIM : 201823021  
Program Studi : Manajemen Tata Boga  
Jurusan : Perhotelan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **BUSINESS MODEL BERBASIS DARING "RISOLICIOUS" DI JABODETABEK** 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.
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, 23 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



**Muhammad Daffa Fadhillah**

NIM : 201823021

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ **BUSINESS MODEL BERBASIS DARING “RISOLICIOUS” DI DAERAH JABODETABEK**”

Tugas Akhir ini penulis susun sebagai salah satu syarat akademis untuk menempuh ujian sidang pada Program Diploma III Program Studi Manajemen Tata Boga. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari pihak-pihak terkait. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.os., M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak R. Sondjana Ali Sugand'a, S.Sos., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, petunjuk serta dukungan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Mochamad Nurrochman, S.Sos., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, petunjuk serta dukungan dalam penulisan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff Program Studi Manajemen Tata Boga.

7. Orang tua serta keluarga penulis yang telah memberikan doa restu jugadukungan tanpa henti.
8. Teman-teman Program Studi Manajemen Tata Boga Angkatan 2018.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran serta kritik yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa manfaat bagi kita semua.

Bandung, 23 Mei  
2022

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
EXECUTIVE SUMMARY.....	vii
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
1.1 GAMBARAN UMUM BISNIS.....	1
1.2 VISI DAN MISI.....	5
1.3 GAMBARAN UMUM MODEL BISNIS.....	6
1.4 SWOT ANALYSIS.....	8
1.5 SPESIFIKASI PRODUK DAN JASA.....	11
1.6 JENIS BADAN USAHA.....	12
1.7 ASPEK LEGALITAS.....	13
BAB II ASPEK PRODUK/JASA.....	15
2.1 DAFTAR DAN DESKRIPSI PRODUK/JASA.....	15
2.2 RENCANA PENGEMBANGAN PRODUK/JASA.....	16
2.3 ANALISA KEUNGGULAN PRODUK/JASA.....	18
2.4 PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK/JASA.....	22
2.5 MEKANISME <i>QUALITY CHECK</i> .....	25
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	29
3.1 LAPORAN PENJUALAN DAN PASAR SAAT INI.....	29
3.2 RENCANA PENGEMBANGAN PASAR BARU.....	30
3.3 VALIDASI MARKET – MARKET FIT.....	31
3.4 KOMPETITOR.....	33
3.5 PROGRAM PROMOSI.....	34
3.6 MEDIA PROMOSI.....	35
3.7 PROYEKSI PENJUALAN.....	37
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	38
4.1 IDENTITAS <i>OWNERS/FOUNDERS</i> .....	38
4.2 STRUKTUR ORGANISASI.....	40
4.3 JOB ANALYSIS DAN JOB DESCRIPTION.....	40
4.4 ANGGARAN TENAGA KERJA.....	42
4.5 <i>LOCATION, FACILITY, &amp; EQUIPMENT</i> .....	43
4.6 <i>SERVICESCAPE (LAYOUT FLOW)</i> .....	44
4.7 <i>ACTION PLAN &amp; REPORT</i> .....	45
BAB V ASPEK KEUANGAN.....	47
5.1 METODE PENCATATAN AKUNTASI.....	47
5.2 IDENTIFIKASI INISIAL INVESTASI.....	49
5.3 NILAI WAKTU UANG.....	52
5.4 PENDANAAN INVESTASI.....	54
5.5 PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN.....	55
5.6 IDENTIFIKASI <i>CASH INFLOW &amp; OUTFLOW</i> .....	58
BIODATA PENULIS.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Bentuk Interaksi Bisnis.....	7
Tabel 2 SWOT Analysis.....	9
Tabel 3 Kuesioner.....	18
Tabel 4 Analisis Produk.....	21
Tabel 5 Laporan keuangan saat ini.....	29
Tabel 6 Kompetitor.....	34
Tabel 7 Jadwal Kerja.....	43
Tabel 8 Gaji Pekerja.....	43
Tabel 9 <i>Tangible Investment</i> .....	49
Tabel 10 Masa Manfaat dan Tarif Depresiasi.....	49
Tabel 11 Daftar Depresiasi <i>Tangible Investment</i> .....	50
Tabel 12 <i>Intangible Investment</i> .....	50
Tabel 13 Masa Manfaat dan Tarif Amortisasi.....	51
Tabel 14 Daftar Amortisasi <i>Intangible Investment</i> .....	51
Tabel 15 <i>Working Capital</i> .....	52
Tabel 16 <i>Owner's Equity</i> .....	54
Tabel 17 <i>Variable, Fixed, Mixed Cost</i> .....	56
Tabel 18 <i>Income Statement 2020</i> .....	60
Tabel 19 <i>Income Statement 2021</i> .....	62
Tabel 20 <i>Cash Flow Projection</i> .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo.....	3
Gambar 2 BMC.....	10
Gambar 3 Hasil Kemasan.....	24
Gambar 4 Kemasan.....	24
Gambar 5 Validasi Pasar.....	32
Gambar 6 Media Promosi.....	36
Gambar 7 Proyeksi Penjualan Tahun 2022.....	37
Gambar 8 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 9 Lokasi.....	44
Gambar 10 <i>Equipment</i> .....	44
Gambar 11 <i>Layout Dapur</i> .....	45
Gambar 12 <i>Action Plan Report</i> .....	46
Gambar 13 Contoh <i>Accrual Basis</i> .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Biodata Penulis.....	65
----------------------	----

## EXECUTIVE SUMMARY



**Risolicious** adalah sebuah usaha yang sudah berjalan hampir 2 tahun dengan sistem penjualan daring atau *online*. **Risolicious** bergerak dibidang makanan beku atau *frozen food* yang menyajikan berbentuk camilan atau *snack*. **Risolicious** adalah sebuah solusi di tengah kepadatan saat beraktivitas yang menginginkan sebuah makanan yang praktis, mudah diolah dan dapat dimakan setiap saat. Dengan begitu setiap konsumen tidak perlu khawatir akan kekuatan dari produk yang **Risolicious** tawarkan karena, produk dapat mencapai 3 bulan lamanya. Kata **Risolicious** sendiri berasal dari kata risoles dan *delicious* yang digabungkan menjadi *brand* yang saat ini dipakai yaitu **Risolicious**.

Lokasi **Risolicious** bertempat di Cibubur, Kab. Bogor, tepatnya di Kota Wisata Jl. Somerset 2, N3/38 RT 002/033, Ciangsana, Kab. Bogor. Saat ini penjualan melalui daring yang dipromosikan melalui *Instagram* dan proses pemesanan melalui *Whatsapp*. *Target market* yang kami ajukan ialah di sekitar JABODETABEK. Meskipun, kami mampu menunjang ke kota lainnya. Proses pengiriman melalui aplikasi pengiriman makanan berupa *gojek*, *grab* maupun *paxel*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, & Ebert. (2003). analisis konsumen terhadap kualitas produk keramik milan di surabaya. *Widya Manajemen Dan Akuntansi*, 140–159.
- Anggoro, M. lingga. (2001). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia* (2nd ed.). bumi aksara.
- Assauri, sofjan. (2015). *manajemen pemasaran*. Rajawali pers.
- Blocher, Edward, J., Stout, D. E., & Cokins, G. (2013). *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*. Salemba Empat.
- Boediono. (2001). *pengantar ilmu ekonomi makro* (2nd ed.).
- BPOM. (2018). *perizinan terkait p-irt*.
- Cerdas.co. (2019a). *biaya campuran*. Cerdas.Co.
- Cerdas.co. (2019b). *pengembangan pasar*. <https://cerdasco.com/pengembangan-pasar/>
- Cooper, R., & Kleinschmidt, E. J. (2000). 2 New Product Performance: What Distinguishes the Star Products. *Australian Journal of Management*, 25, 17–45.  
<https://doi.org/10.1177/031289620002500104>
- Day, G. ., & Wensley, R. (1988). *Assessing Advantage: A Framework For Diagnosing Competitive Superiority* (Journal of).
- Erma, w. muslichah. (2010). *Dasar Dasar promosi*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Firsatuddiniyah, T. (2021). *action plan*. Bussines Tech Hasmicro.  
<https://www.hashmicro.com/id/blog/raih-target-bisnis-anda-dengan-action-plan-yang-efektif/>
- Gie. (2021). *Forecast penjualan*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-forecast-penjualan/>
- Griffin, & Ebert. (2007). *bisnis*. erlangga.
- harmony. (2021). *Future Value (FV), Bagaimana Cara Menghitungnya?* Harmony.  
<https://www.harmony.co.id/blog/future-value-fv-cara-menghitungnya>
- Henri. (2018). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 9–18.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. alfabeta.
- INDONESIA, R. (2001). uu no15 tahun 2001. *Undang Undang No 15 Tahun 2001, January*, 43.
- Jurnal, E. (2021). *Manajemen Anggaran (Budgeting): Panduan Dasar Lengkap*. Jurnal.Com.  
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-manajemen-anggaran-budget-budgeting-perusahaan-adalah/>
- Karim, R. (2021). *Validasi Data Penelitian : Pengertian, Manfaat dan Contoh*.  
<https://penerbitbukudeepublish.com/validasi-data-penelitian>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. person education ,inc.
- Lovell, R. (2011). *Product Attributrs and Consumer's Re-purchase Decision on Frozen Ready to Eat Meals: a Study on Consumers in Selected Hypermarkets in Bangkok*.
- Mangkunegara. (2017). Landasan Teori. *Landasanteori.Com*, 2012, 72.  
<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-kreativitas-definisi-aspek.html>

- Martina. (2021). *Pengertian Owner's Equity (Kekayaan Sendiri) dalam Akuntansi*. Ukirama.
- Mita, M. (2015). *Pengaruh Earning Per Share, Dividend Per Share, Dan Financial Leverage Terhadap Harga Saham Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 10–40. <http://eprints.uny.ac.id/7971/>
- Moehariono. (2014). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Revisi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Naiborhu, M. I. (2021). *Cash Flow Projection (Proyeksi Arus Kas)*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/mesaindranaiborhu1411/60e3f25106310e46f83d0732/cash-flow-projection-proyeksi-arus-kas%0A>
- Nurlia. (2019). Pengaruh Struktur Organisasi terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/Harapan Dengan Hasil Kerja). *Meraja Journal*, 2(2), 53–58.
- Purnama, H., & Adiono. (2009). *ilmu pangan*. UI pers.
- Sandhausen, richad. (2008). *marketing*. barron educationnal series.
- Sitorus, onny fitriana, & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*.
- Subakti. (2014). Universitas kristen Petra. *Perancangan Interior Pusat Mitigasi Di Jogja*, 27(1989), 6–23.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *STIE Semarang*, 4(3), 19–28.
- Tohar, M. (2004). *membuka usaha kecil* (5th ed.). kanisius.
- wibisono. (2006). *manajemen kerja*. erlangga.
- Widyatama & Suprpty. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yayat Rahmat Hidayat, Perguruan, P., & Tinggi, T. (1967). 済無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(March), 763–773.