

**PENGEMBANGAN BISNIS KULINER “BASO KECAMATAN”
DI KABUPATEN CIAMIS, JAWA BARAT**

TUGAS AKHIR

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



Oleh :

SYAHRIZAL MU'IEZU

Nomor Induk : 2021406053

JURUSAN HOSPITALITI

PROGRAM STUDI

SENI KULINER

POLITEKNIK PARIWISATA NHI

BANDUNG

2024

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : SYAHRIZAL MU'IEZU
Tempat/Tanggal Lahir : TASIKMALAYA, 28 SEPTEMBER 2002
NIM : 2021406053
Program Studi : SENI KULINER
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
PENGEMBANGAN BISNIS KULINER "BASO KECAMATAN" DI KABUPATEN CIAMIS, JAWA BARAT
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 Pariwisata 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 PariwisataNHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 13 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAL TEMPEL
7AD92ALX297916033

Syahrizal Mu'iezu

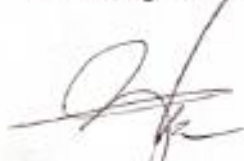
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

**PENGEMBANGAN BISNIS KULINER "BASO KECAMATAN" DI KABUPATEN CIAMIS
JAWA BARAT**


NAMA : SYAHRIZAL MU'JEZU
NIM : 2021406053
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI KULINER

Pembimbing Utama,



Drs. Rohyan Sostadi, M. Pd.
NIP. 19600715/199703 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dadang Suratman, SST, Par., M.
NIP. 19711210 200212 1 008

Bandung, 25 Juni 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM,Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

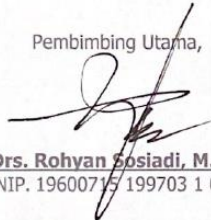
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN BISNIS KULINER "BASO KECAMATAN" DI KABUPATEN CIAMIS,
JAWA BARAT**

NAMA : SYAHRIZAL MU'IEZU
NIM : 2021406053
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI KULIENR

Pembimbing Utama,



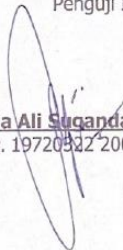
Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd.
NIP. 19600715 199703 1 001

Pembimbing Pendamping,



Dadang Suratman, SST.Par., MM.
NIP. 19711210 200212 1 008

Penguji I,



R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., MM Par.
NIP. 19720322 200502 1 001

Penguji II,



Irfansyah, SE., MM
NIP. 19820107 202421 1 001

Bandung, 13 Agustus 2024

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja
Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung



Dr. Anwar Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 20021 2 001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Projek Tugas Akhir yang berjudul **“PENGEMBANGAN BISNIS KULINER “BASO KECAMATAN” DI KABUPATEN CIAMIS, JAWA BARAT”**. Tujuan dan kegunaan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk dapat mengikuti ujian sidang Diploma III pada Program Studi Seni Kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak dapat terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., M.M.Par., CHE , Selaku Direktur utama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM. Par., CHE., Selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, SST. Par., MP. Par., CHE., Selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Rusna Purnama, SE., MM., Selaku Ketua Program Studi Seni Kuliner Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd. Selaku dosen pembimbing utama yang senantiasa membimbing dan memberi ilmu serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Dadang Suratman, SST.Par., M. Selaku dosen pembimbing pendamping yang senantiasa membimbing dan memberi ilmu serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Dosen pengajar dan Staff Poltektar NHI Bandung yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
8. Keluarga penulis terutama Ibu dan Ayah yang sudah senantiasa membantu dan selalu mendukung penulis dalam masa 3 tahun perkuliahan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

9. Rekan-rekan *Mondhoning* yang selalu memberikan dukungan moral selama 3 tahun perkuliahan dan pembelajaran di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
10. Staff dan Karyawan “BASO KECAMATAN” yang telah membantu penulis dalam melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Amelia Alistiawati yang selalu mendukung dan selalu menemani penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis berharap semoga dengan penyusunan Tugas Akhir ini dapat memberikan berbagai manfaat bagi semua pembaca. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis meminta saran dan kritik kepada penulis agar menjadi lebih baik kedepannya.

Bandung, 13 Agustus 2024

Syahrizal Mu'iezu

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
EXECUTIVE SUMMARY	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Gambaran Umum	2
1.3. Deskripsi Bisnis.....	3
1.4. Deskripsi Logo dan Nama	4
1.5. Identitas Bisnis	6
1.6. Visi dan Misi.....	7
1.7. Gambaran Umum Model Bisnis.....	8
1.8. SWOT Analysis	10
1.9. Spesifikasi Produk	13
1.10. Jenis Badan Usaha	14
1.11. Aspek Legalitas	15
BAB II.....	17
ASPEK PRODUK.....	17
2.1. Daftar Deskripsi Produk	18
2.2. Rencana Pengembangan Produk	23
2.3. Analisa Keunggulan Produk.....	24
2.4. Penyajian dan Kemasan Produk	25
2.5. Mekanisme Quality Control	26
BAB III	29
RENCANA PEMASARAN	29
3.1. Laporan Penjualan dan Pasar Saat Ini	29
3.2. Rencana Pengembangan Pasar Baru.....	32
3.3. Validasi Produk.....	32
3.4. Kompetitor.....	38

3.5.	Program Promosi	39
3.6.	Media Promosi.....	42
3.7.	Proyeksi Penjualan	43
BAB IV		45
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL		45
4.1.	Identitas Owners/Founders	45
4.2.	Struktur Organisasi	46
4.3.	Job Analysis dan Job Description	47
4.4.	Anggaran Tenaga Kerja	53
4.5.	Location, Facility, & Equipment	54
4.6.	Service Scape.....	56
4.7.	Action Plan & Report	58
BAB V.....		60
ASPEK KEUANGAN		60
5.1.	Metode Pencatatan Akuntansi	60
5.2.	<i>Capital Expenditure</i>	61
5.3.	Nilai Waktu Uang	65
5.4.	Pendanaan Investasi.....	67
5.5.	Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	67
5.6.	Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	71
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		79
BIODATA PENULIS		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. SWOT Analysis	13
Tabel 3. 1. Laporan Penjualan Selama 1 Tahun Terakhir.....	31
Tabel 3. 2. Daftar Kompetitor “BASO KECAMATAN”	39
Tabel 3. 3. Proyeksi Pendapatan Kotor Rata-Rata 1 Tahun Terakhir.....	44
Tabel 4. 1. Riwayat Pendidikan.....	46
Tabel 4. 2. Jadwal Kerja Karyawan “BASO KECAMATAN”	52
Tabel 4. 3. Jam Kerja Karyawan “BASO KECAMATAN”	52
Tabel 4. 2. Anggaran Tenaga Kerja	54
Tabel 4. 4. Action Plan	58
Tabel 5. 1. <i>Accrual Basis</i> “BASO KECAMATAN”.....	61
Tabel 5. 2. Tangible Investment "BASO KECAMATAN".....	63
Tabel 5. 3. Intangible Investment "BASO KECAMATAN"	64
Tabel 5. 4. Working Capital "BASO KECAMATAN"	65
Tabel 5. 5. Pendanaan Investasi "BASO KECAMATAN".....	67
Tabel 5. 6. FOOD COST	68
Tabel 5. 7. Variable Cost "BASO KECAMATAN".....	68
Tabel 5. 8. Fixed Cost "BASO KECAMATAN"	69
Tabel 5. 9. Mixed Cost	69
Tabel 5. 10. Break Event Point "BASO KECAMATAN"	70
Tabel 5. 11. Income Statement "BASO KECAMATAN"	72
Tabel 5. 12. Income Statement Budget Selama 1 tahun.....	72
Tabel 5. 13. Operating Budget "BASO KECAMATAN".....	73
Tabel 5. 14. Accumulated Cashflow "BASO KECAMATAN"	74
Tabel 5. 15. Cash In Flow	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Desain Logo	5
Gambar 1. 2. Lokasi Usaha	7
Gambar 1. 3. Bisnis Model Canvas Existing	9
Gambar 1. 4. Bisnis Model Canvas Untuk Cabang Baru.....	10
Gambar 2. 1 Daftar Harga & Menu	17
Gambar 2. 2. Mie Baso Kecil.....	19
Gambar 2. 3. Mie Baso Besar	19
Gambar 2. 4. Mie Baso Urat	20
Gambar 2. 5. Baso Tahu	21
Gambar 2. 6. Topping Kikil	21
Gambar 2. 7. Saus Sambal	22
Gambar 2. 8. Kerupuk.....	23
Gambar 2. 9 Tampilan Kemasan	26
Gambar 3. 1. Instagram BASO KECAMATAN	40
Gambar 3. 2. Tiktok BASO KECAMATAN	41
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi “BASO KECAMATAN”	47
Gambar 4. 3. Location.....	54
Gambar 4. 4. Service Scape	57
Gambar 5. 1. Rumus Break Event Point	70

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : BASO KECAMATAN

Alamat : Jl. Raya Cikoneng No.240, Kec. Cikoneng, Kab. Ciamis,
Jawa Barat, 46261

Logo :



Deskripsi Singkat :

“BASO KECAMATAN” merupakan bisnis yang dibangun pertama kali pada tahun 2014 di daerah Cikoneng, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Bisnis ini bergerak di bidang jasa boga yang memproduksi dan menyediakan berbagai makanan dan minuman.

“BASO KECAMATAN” sendiri menawarkan produk unggulan berupa sajian Mie Bakso Jawa yang sudah di fussion dengan Mie Bakso seperti biasanya, dibuat secara homemade dengan pemilihan bahan baku yang berkualitas serta menu pelengkap yang bisa disesuaikan dengan kemauan dan keinginan dari konsumen yang membeli produk yang ditawarkan.

“BASO KECAMATAN” memiliki lokasi strategis dan tempat yang luas, suasana yang nyaman dan bersih yang akan mendapatkan kenyamanan bagi para calon pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Aam Masduki. (n.d.). *Makanan Tradisional di Kabupaten Ciamis (Aam Masduki) MAKANAN TRADISIONAL DI KABUPATEN CIAMIS Traditional Food in Regency of Ciamis.*
- Agustim, W. (n.d.). *SEGMENTATION, TARGETING AND POSITIONING ANALYSIS BY BROADCASTING PROGRAM RADIO MITRA 97,0 FM BATU CITY.*
- Amitava Mitra. (2016). *Fundamental of Quality Control and Improvement.*
- Anthony Bourdin. (2006). *The Professional Chef.* Culinary Institute of America (CIA).
- Arep. (2003). *PENGARUH GAJI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR PERPUSTAKAAN DAN ARSIP KOTA SALATIGA MELALUI VARIABEL MOTIVASI KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.*
- Athaya Zendania, & Kartika Setyani. (2022). Time value of money dan economic value of time. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5.
- Ati. (2018). ANALISIS ARUS KAS (CASH FLOW) SEBAGAI ALAT PERENCANAAN DAN PENGENDALIAN KAS. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
- Auguste Escoffier. (2014). *PROFESSIONAL COOKING* (8th ed., Vol. 2). Wayne Gisslen.
- Belch, G. E. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective.*
- Bernard Davis, & Andrew Lockwood. (1985). *Food and Beverage Management.*
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.*
- Dwi Cahyono. (2017). jurnal-sistem-pengupahan-jadi-satu. *SISTEM PENGUPAHAN JADI SATU*, 8(2).

- Emerald Group. (2007). *American Journal Of Business*.
- Ferrell, O. C. (2014). *Marketing Strategy*.
- Hidayat, R. T., & Zuliarni, S. (n.d.). *PENGARUH LOKASI USAHA PADA VOLUME PENJUALAN (Survei pada Restoran Kecil di Lingkungan Universitas Riau)*.
- Hidayatullah, F., Farid, M., & Afifah, N. N. (n.d.). *Pemanfaatan Influencer sebagai Media Promosi Pariwisata Sulawesi Selatan pada Akun Instagram @visitsulsel.id* (Vol. 10, Issue 02).
- Informasi, J., Komunikasi, D., Perkantoran, A., Suryani, I. M., Dyah Sulistyaningrum, C., & Murwaningsih, T. (2018). ANALISIS PENERAPAN JOB DESCRIPTION PEGAWAI (STUDI KASUS DI PENGADILAN NEGERI SURAKARTA KELAS IA KHUSUS). *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 2(5). <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/jikap>
- Kementrian Investasi / BPKM. (2022). *Online Single Submissions (OSS)*.
- Kementrian Perdagangan. (2021, February 26). *Izin Usaha UMKM*.
- Kieso, D. E. , W. J. J. , & Warfield, T. D. (2019). *Intermediate Accounting*.
- Kojo, C., Rogi, M. H., & Ch Lintong, D. (2018). PKM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN YANG DIJUAL DI SEPUTARAN KAMPUS UNSRAT BAHU. In *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum* (Vol. 4). Edisi Oktober.
- Kusmiati, D. A., & Arviani, H. (2023). IMPLEMENTASI ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK MYNITRO PT WIDYA INOVASI INDONESIA-WIDYA ROBOTICS. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1).
- Lawrence J. Gitman. (1976). *Principles of Managerial Finance*.
- N. Gregory Mankiw. (2009). *Macroeconomics*.
- Nafarin, M. (2013). *Penganggaran Perusahaan. Jakarta : Salemba Empat*, 3.
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkalis, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariah Bengkalis.ac.id/index.php/jps>

- Philip Kotler, & Keller Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vols. 1 & 2).
- Rasyida. (2022). *Action Plan Sederhana Untuk Bisnis, Personal, Marketing, Sekolah, Project Management*. Gramedia.
- Robinson, S. P. (2019). *Organizational Behavior*.
- Sudrarsono, T., & Ganesha, P. P. (n.d.). *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Tingkat Penjualan Produk Fashion Usaha Mikro Kecil*.
- Sukarno, B. R., Sunan, U., & Surabaya, A. (n.d.). *IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS* Muhamad Ahsan.
- Vely Sia. (2022, October 21). *Metode Pencatatan Akuntansi Basis Kas (Cash) vs Akrual (Accrual)*.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP. In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 01, Issue 03). <http://rajapresentasi.com>
- Yadi Kusmayadi. (2022). "GALUH" DAN CIAMIS: SEBUAH TINJAUAN HISTORIS DAN FILOSOFIS DALAM URGENSI PERUBAHAN NAMA KABUPATEN. 9(1).
- Yolanda, F., & Dwiridhotjahjono, J. (n.d.). *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA ANTENNA HDF SURABAYA*.