

**PERENCANAAN BISNIS *IKANG FRESCO BUTCHER SHOP* DI  
KOTA MANADO**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
dalam menempuh Sidang Usulan Penelitian  
Program Diploma III



Oleh:

**KANA KENANYA RORING**

**Nomor Induk: 201722252**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN TATA HIDANGAN**

**JURUSAN HOSPITALITI**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG**

**2020**

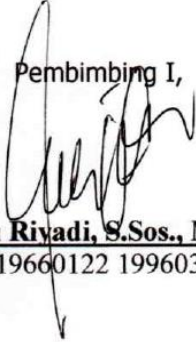
# LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR


PERENCANAAN BISNIS *IKANG FRESCO BUTCHER SHOP* DI KOTA MANADO

NAMA : Kana Kenanya Roring  
NIM : 201722252  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,


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

Pembimbing II,

  
**Ridwan Iskandar, SE., MM.**  
NIP. -

Bandung, 15 Februari 2021

Mengetahui,  
Kepala Bagian Administrasi Akademik  
dan Kemahasiswaan

  
**Andar Denova L. Goeltom, S.Sos., MM.Sc**  
NIP. 19710506 199803 1 001

Menyetujui,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

**Faisal., MM.Par., CHE**  
NIP. 19730706 19903 1 001

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : KANA KENANYA RORING  
Tempat/Tanggal Lahir : MANADO, 7 JANUARI 1999  
NIM : 201722252  
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul: **PERENCANAAN BISNIS IKANG FRESCO BUTCHER SHOP DI KOTA MANADO** 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 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 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, Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



**KANA KENANYA RORING**

NIM 201722252

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang merupakan syarat kelulusan dalam menempuh masa studi pada Program Diploma III Jurusan Hospitaliti, Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dengan judul, “**PERENCANAAN BISNIS IKANG FRESCO BUTCHER SHOP DI KOTA MANADO**”.

Dalam penyusunan Usulan Penelitian ini penulis mendapatkan banyak arahan, saran serta bimbingan dari banyak pihak sebagaimana menjadi pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, kemudian dapat membuka pandangan penulis bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah mentor dan guru yang terbaik dari yang penulis dapatkan. Dengan segala ketulusan tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, 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 Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, S.Sos., MM.Par. selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Hidangan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan sekaligus Pembimbing I penulis yang telah membimbing dan memberikan banyak masukan dan saran kepada penulis.

5. Bapak Ridwan Iskandar, SE., MM. selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, ilmu, masukan dan saran.
6. Kepada seluruh dosen dan tenaga pengajar terlebih khusus dari Program Studi Manajemen Tata Hidangan yang sudah mengajarkan banyak hal berupa ilmu pengetahuan yang baru serta motivasi selama penulis berada di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
7. Keluarga penulis, Ayah, Ibu dan saudara kandung penulis yang telah memberikan doa, semangat dan mendukung secara materi sehingga usulan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Kepada seluruh kawan – kawan Program Studi Manajemen Tata Hidangan semester 6 yang telah membantu memberikan arahan dan motivasi kepada penulis.
9. Kepada seluruh pihak – pihak lain yang telah mendoakan, mendukung serta memotivasi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan wawasan dan pengetahuan penulis. Kiritk dan saran akan sangat diterima oleh penulis agar dapat menjadi lebih baik kedepannya. Melalui Usulan Penelitian ini, penulis berharap akan dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandung, Oktober 2020  
Penulis

Kana Kenanya Roring

## DAFTAR ISI

	<b>HALAMAN</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	x
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Gambaran Usaha Bisnis</b> .....	4
- Deskripsi Bisnis.....	4
- Deskripsi Logo dan Nama .....	6
- Identitas Usaha .....	9
<b>C. Visi dan Misi</b> .....	11
<b>D. Analisis Peluang dan Hambatan</b> .....	12
<b>E. Spesifikasi Produk dan Jasa</b> .....	14
<b>F. Jenis Badan Usaha</b> .....	14
<b>G. Aspek Legalitas</b> .....	17
<b>BAB II</b> .....	19
<b>ASPEK PRODUK</b> .....	19
<b>A. Daftar dan Deskripsi Produk dan Jasa</b> .....	19
<b>B. Analisa Keunggulan Produk dan Jasa</b> .....	20
<b>C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi</b> .....	21
<b>D. Penyajian dan Kemasan Produk dan Jasa</b> .....	26
<b>E. Mekanisme Quality Check</b> .....	28
<b>BAB III</b> .....	30

<b>RENCANA PEMASARAN .....</b>	<b>30</b>
<b>A. Riset Pasar (Segmen, Target, Positioning).....</b>	<b>30</b>
1. Segmentasi Pasar.....	31
2. Target Pasar.....	33
3. Positioning Pasar .....	33
<b>B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i>.....</b>	<b>34</b>
<b>C. Kompetitor.....</b>	<b>37</b>
<b>D. Program Pemasaran .....</b>	<b>38</b>
<b>E. Media Pemasaran.....</b>	<b>40</b>
<b>F. Proyeksi Penjualan .....</b>	<b>41</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
<b>ASPEK SDM DAN OPERATIONAL .....</b>	<b>45</b>
<b>A. Identitas <i>owners/ founders</i> .....</b>	<b>45</b>
<b>B. Struktur Organisasi .....</b>	<b>46</b>
<b>C. <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i> .....</b>	<b>46</b>
<b>D. <i>Manning Budget/ Anggaran Tenaga Kerja</i>.....</b>	<b>51</b>
<b>E. <i>Service Scape (Layout/ Flow)</i> .....</b>	<b>52</b>
<b>F. <i>Action Plan &amp; Report</i>.....</b>	<b>56</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>58</b>
<b>ASPEK KEUANGAN .....</b>	<b>58</b>
<b>A. Metode Pencatatan Akuntansi.....</b>	<b>58</b>
- <i>Cash Basis (one shoot project)</i> .....	58
- <i>Accrual Basis (going concern)</i> .....	58
<b>B. <i>Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)</i>.....</b>	<b>59</b>
- <i>Tangible Investment (Depreciation; Terminal Cash flow)</i> .....	59
- <i>Intangible Investment (Amortization)</i> .....	64
- <i>Working Capital (Terminal Cash Flow)</i> .....	65
<b>C. Time Value of Money (Nilai Waktu Uang).....</b>	<b>66</b>
- <i>Present Value</i> .....	66
- <i>Future Value</i> .....	67
<b>D. Pendanaan Investasi: (<i>Agency Theory</i>).....</b>	<b>67</b>
- <i>Owner’s Equity (Modal Sendiri)</i> .....	68

- <i>Debt (Bank/ Other Loan)</i> .....	68
<b>E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan</b> .....	69
- <i>Variable Cost; Fixed Cost; Mixed Cost</i> .....	69
- <i>Break Event Point (BEP)</i> .....	71
- <i>Cost Volume Profit (CVP)</i> .....	74
<b>F. Identifikasi Cash Inflow &amp; Outflow</b> .....	74
- <i>Operating Budget</i> .....	75
- <i>Cash Flow Projection</i> .....	75
- <b>Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi; Pertumbuhan Ekonomi, dll) ..</b>	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
<b>LAMPIRAN</b> .....	82



## DAFTAR TABEL

## HALAMAN

TABEL 1. 1 DATA PRODUKSI DAGING DI PROVINSI SULAWESI UTARA .....	2
TABEL 2. 1 DAFTAR PRODUK KATEGORI DAGING BABI IKANG FRESCO	19
TABEL 2. 2 DAFTAR PRODUK KATEGORI DAGING SAPI IKANG FRESCO	20
TABEL 2. 3 DAFTAR PRODUK KATEGORI LAINNYA IKANG FRESCO .....	20
TABEL 2. 4 CONTOH COSTING PRODUK DAGING BABI .....	22
TABEL 2. 5 CONTOH COSTING PRODUK DAGING SAPI .....	23
TABEL 2. 6 COSTING CHEESE CROQUETTE .....	24
TABEL 2. 7 COSTING HAM KATSU .....	24
TABEL 2. 8 COSTING SOSIS BABI .....	25
TABEL 2. 9 COSTING SOSIS SAPI .....	25
TABEL 2. 10 KEMASAN PRODUK IKANG FRESCO .....	26
TABEL 3. 1 SEGMENTASI PASAR IKANG FRESCO BUTCHER SHOP .....	32
TABEL 3. 2 KUISIONER SAMPEL PRODUK IKANG FRESCO BUTCHER SHOP .....	36
TABEL 3. 3 KOMPETITOR IKANG FRESCO BUTCHER SHOP DI KOTA MANADO .....	38
TABEL 3. 4 PROGRAM PEMASARAN IKANG FRESCO .....	39
TABEL 3. 5 PROYEKSI PENJUALAN IKANG FRESCO TAHUN PERTAMA ..	43
TABEL 3. 6 PROYEKSI PENJUALAN IKANG FRESCO SELAMA 5 TAHUN ..	43
TABEL 4. 1 BIODATA OWNER .....	45
TABEL 4. 2 KRITERIA PEGAWAI BERDASARKAN POSISI .....	47
TABEL 4. 3 JOB DESCRIPTION IKANG FRESCO .....	49
TABEL 4. 4 UPAH TENAGA KERJA IKANG FRESCO .....	52
TABEL 4. 5 ACTION PLAN IKANG FRESCO .....	57
TABEL 5. 1 TANGIBLE INVESTMENT EQUIPMENT IKANG FRESCO .....	60
TABEL 5. 2 TANGIBLE INVESTMENT UTENSIL IKANG FRESCO .....	61
TABEL 5. 3 TANGIBLE INVESTMENT FURNITURE IKANG FRESCO .....	62
TABEL 5. 4 TARIF DAN MASA PENYUSUTAN FISKAL .....	62
TABEL 5. 5 DEPRESIASI TANGIBLE INVESTMENT .....	63
TABEL 5. 6 INTANGIBLE INVESTMENT IKANG FRESCO .....	64
TABEL 5. 7 TARIF DAN MASA AMORTISASI .....	64
TABEL 5. 8 AMORTISASI INTANGIBLE INVESTMENT IKANG FRESCO .....	64
TABEL 5. 9 WORKING CAPITAL .....	65
TABEL 5. 10 PRESENT VALUE .....	66
TABEL 5. 11 FUTURE VALUE .....	67
TABEL 5. 12 PENDANAAN INVESTASI OWNER'S EQUITY & BANK LOAN ..	68
TABEL 5. 13 LOAN INSTALLMENT SCHEDULE .....	69
TABEL 5. 14 VARIABLE COST .....	70
TABEL 5. 15 FIXED COST .....	71
TABEL 5. 16 MIXED COST .....	71
TABEL 5. 17 PERFORMA INCOME STATEMENT .....	76
TABEL 5. 18 CASH FLOW PROJECTION .....	76
TABEL 5. 19 KUMULATIF OPERATING CASH FLOW .....	76
TABEL 5. 20 PAYBACK PERIOD IKANG FRESCO BUTCHER SHOP .....	77

## DAFTAR GAMBAR

	<b>HALAMAN</b>
<b>GAMBAR 1. 1 DESAIN LOGO IKANG FRESCO .....</b>	<b>8</b>
<b>GAMBAR 1. 2 KAWASAN MEGAMAS DARI CITRA SATELIT .....</b>	<b>10</b>
<b>GAMBAR 1. 3 RUKO KAWASAN MEGAMAS .....</b>	<b>10</b>
<b>GAMBAR 3. 1 CONTOH MEDIA PEMASARAN BANNER.....</b>	<b>40</b>
<b>GAMBAR 3. 2 CONTOH MEDIA PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL ..</b>	<b>41</b>
<b>GAMBAR 4. 1 TAMPAK DEPAN IKANG FRESCO BUTCHER SHOP.....</b>	<b>53</b>
<b>GAMBAR 4. 2 .....</b>	<b>53</b>
<b>GAMBAR 4. 3 TAMPAK DALAM SISI KANAN IKANG FRESCO BUTCHER SHOP.....</b>	<b>54</b>
<b>GAMBAR 4. 4 TAMPAK RUANG PRODUKSI IKANG FRESCO BUTCHER SHOP.....</b>	<b>54</b>
<b>GAMBAR 4. 5 TAMPAK ATAS AREA PRODUKSI IKANG FRESCO BUTCHER SHOP.....</b>	<b>55</b>
<b>GAMBAR 4. 6 LAYOUT IKANG FRESCO BUTCHER SHOP .....</b>	<b>55</b>

**DAFTAR BAGAN**

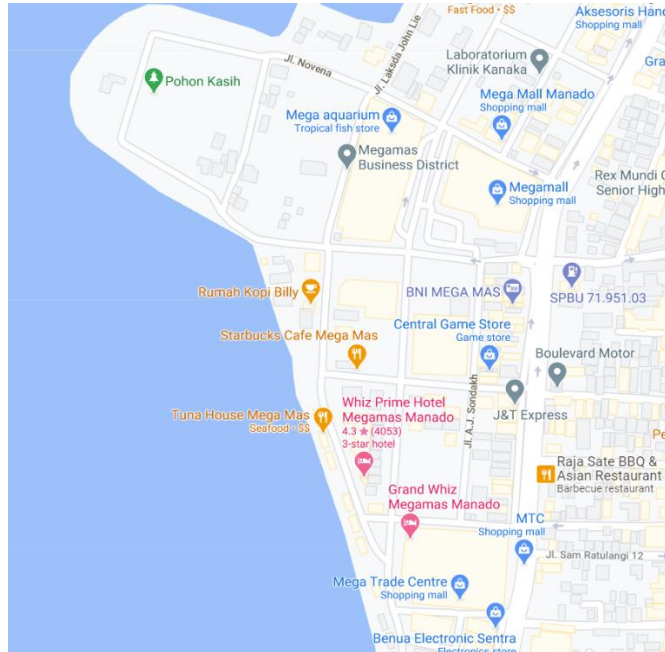
**HALAMAN**

**BAGAN 4.1 STRUKTUR ORGANISASI IKANG FRESCO ..... 46**

## EXECUTIVE SUMMARY

Nama Usaha : Perencanaan Bisnis Ikgang Fresco Butcher Shop di Kota Manado

Lokasi Usaha : Kawasan Megamas, Jl. Piere Tendean (Boulevard), Kelurahan  
Wenang Selatan, Kecamatan Wenang, Kota Manado, Sulawesi  
Utara, 95111



Kontak : [kenaroring@gmail.com](mailto:kenaroring@gmail.com)

Logo Usaha :



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. (1994). *Manajemen Produksi, Pengendalian Produksi (4 ed.)*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Bartono, P., & Ruffino, E. (2006). *Dasar - dasar Food Product*. Yogyakarta: ANDI.
- Bastian, & Nurlela. (2009). *Akuntansi Biaya Edisi Pertama*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Butarbutar, N., Rorimpandey, B., Legrans, R., & Lumenta, I. (2020). Universitas Sam Ratulangi. *Analisis Keuntungan Pedagang Pengecer Daging Sapi Di pasar Tradisional Kota Manado*, 11.
- Dewi, D., & Wahdi, A. (2020). *Bisnis dan Perencanaan Bisnis Baru*. Yogyakarta: Deepublish.
- Direktorat Jenderal Pajak. (n.d.). *Penyusutan dan Amortisasi*. Retrieved from Direktorat Jenderal Pajak: <https://www.pajak.go.id/id/penyusutan-dan-amortisasi>
- Elvera. (2020). *Pemasaran Pariwisata: Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*. Surabaya: PT Scopindo Media Pustaka.
- Frank, J. (1995). *Public Relations (Edisi ke-4)*. Jakarta: Erlangga.
- Gedoan, R. (2020, 2 10). *Angka Kunjungan Wisman dan Wisnus ke Sulawesi Utara 2016 - 2019*. Retrieved from zonautara.com: <https://zonautara.com/2020/02/10/angka-kunjungan-wisman-dan-wisnus-ke-sulawesi-utara-2016-2019/>
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Junaedi, N. (2015). *Tembang Pantura (Kajian Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Hiburan di Televisi Lokal Cirebon)*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2018). *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan.
- Marbun, B. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Nanga, M. (2001). *Makro Ekonomi, Teori, Masalah dan Kebijakan, Edisi Perdana*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Noor, J. (2015). *Penelitian Ilmu Manajemen (Tinjauan Filosofis dan Praktis Edisi Pertama)*. Jakarta: Prenadamedia.
- Osak, O., Panelewen, V., Lumy, T., & Oroh, F. (2020). Analisis Keuntungan Pedagang Daging Babi Berdasarkan Preferensi Konsumen Di Pasar Tradisional Kota Manado. *Universitas Sam Ratulangi*, 7.
- Pemerintah Kota Manado. (2020). *Jenis Perizinan*. Retrieved from Dinas PM & PTSP Pemerintah Kota Manado: <http://perizinan.manadokota.go.id/izin.asp>

- Pianda, D. (2018). *Optimasi Perencanaan Produksi Pada Kombinasi Produk Dengan Metode Linear Programming*. Sukabumi: CV Jejak.
- Purba, M. P. (2013). *Akuntansi Keuangan: Aset Tetap dan Aset Tak Berwujud*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Raharjo, H. (2009). *Hukum Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, M. (2005). *9 Kunci Sukses Tim Sukses Dalam Pilkada Langsung*. Yogyakarta: Galang Press.
- Republik Indonesia. (1982). *Undang – Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan*.
- Republik Indonesia. (2004). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan*. Retrieved from Ketentuan Umum:  
[http://perundangan.pertanian.go.id/admin/p\\_pemerintah/PP%20No.28%20Tahun%202004%20Keamanan,%20Mutu,%20&%20Gizi%20Pangan.pdf](http://perundangan.pertanian.go.id/admin/p_pemerintah/PP%20No.28%20Tahun%202004%20Keamanan,%20Mutu,%20&%20Gizi%20Pangan.pdf)
- Republik Indonesia. (2004). *Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan*.
- Republik Indonesia. (2015, November 3). *Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015 Tentang Pengupahan*. Retrieved from Sekretariat Kabinet Republik Indonesia:  
<https://setkab.go.id/inilah-peraturan-pemerintah-nomor-78-tahun-2015-tentang-pengupahan/#:~:text=PP%20ini%20juga%20menegaskan%2C%20setiap,untuk%20pekerjaan%20yang%20sama%20nilainya.&text=Menurut%20PP%20ini%2C%20Upah%20ditetapkan,harian%2C%20mingguan%2C%20>
- Ruppel, & Warren. (2012). *Wiley GAAP for Goverment 2012: Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles for State end Local Goverment*. Canada: John Wiley & Sons.
- Saihudin, H. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Septiana, A. (2017). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Kreatif*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Simamora, B. (2002). *Aura Merek 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sukoco, M. B. (2007). *Manajemen Administrasi Perkantoran Modern*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Sutiksno, D. U., & Revida, E. (2020). *Tourism Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Talty, A. (2016, October 17). *New Study Finds Millennials Spend 44 Percent Of Food Dollars On Eating Out*. Retrieved from Forbes:  
<https://www.forbes.com/sites/alexandratalty/2016/10/17/millennials-spend-44-percent-of-food-dollars-on-eating-out-says-food-institute/#27a01253ff68>
- Zeithalm, V. M. (2013). *Services Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm (6 ed.)*. Boston: Mc. Graw-Hill.