

**PERENCANAAN USAHA *FOOD TRUCK AND COFFEE*  
DI KOTA PRAYA NUSA TENGGARA BARAT**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh:

**MOCHAMMAD LUTHFIANZA ANDROSKY**

---

**Nomor Induk : 201722278**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN TATA HIDANGAN**

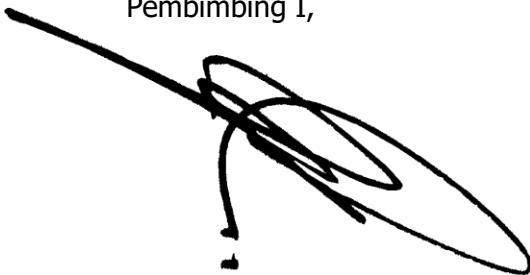
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**PERENCANAAN USAHA FOOD TRUCK AND COFFEE DI KOTA PRAYA  
NUSA TENGGARA BARAT**

NAMA : MOCHAMMAD LUTHFIANZA ADNROSKY  
NIM : 201722278  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



**Deden Rudy Mustafa, S.Sos, MM**  
NIP 196907181991031001

Pembimbing II,



**Ita Maemunah, SST.Par., MM.Par.**  
NIP 19761226 201101 2 003

Bandung, Desember 2020

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP.197105061998031001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Tempat/Tanggal Lahir                      Meiarejn. OS Ofoir 199fi  
NIM    201723378  
Program Studi                                Marujemea Trim 1 lidangan

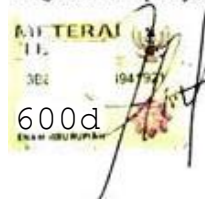
1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
" PERENCANAAN USAHA *FOOD TRUCK AND COFFEE* DI KOTA PRAYA  
NUSA TENGGARA BARAT "

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 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,    Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



## KATA PENGANTAR

Puji serta Syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada hadirat Allah SWT atas izin, karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang mana merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menempuh studi pada Jurusan Hospitaliti, Program Studi Diploma III Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung dengan judul, **“PERENCANAAN USAHA *FOOD TRUCK AND COFFEE* DI KOTA PRAYA NUSA TENGGARA BARAT“**.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah mambantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini, yaitu :

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE selaku Ketua di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. sebagai Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan, di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung sekaligus dosen pembimbing.
5. Bapak Deden Rudy Mustafa, S.Sos, MM. selaku pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran dan masukannya kepada penulis.

6. Ibu Ita Maemunah, SST.Par., MM.Par. selaku pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi saran dan masukannya kepada penulis.
7. Seluruh dosen serta jajaran staff dan pengajar Program Studi Manajemen Tata Hidangan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
8. Kepada orang tua penulis yang selalu memberikan bantuan moral dan doa yang tak terhingga agar penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh teman – teman dan kerabat dekat penulis khususnya para sahabat Program Studi Tata Hidangan yang selalu mendukung serta memotivasi penulis sampai tugas akhir ini selesai.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungan dalam pembuatan tugas akhir ini.

Dengan seluruh kerendahan hati serta kesadaran penulis bahwa masih terdapat beberapa hal yang mungkin kurang berkenan dikarenakan pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas, sehingga memungkinkan adanya kekurangan ataupun ketidaksempurnaan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun supaya menciptakan hasil yang lebih baik. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan juga bagi seluruh pembaca.

Bandung, 11 September 2020

Penulis

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Gambaran Umum Bisnis .....	6
C. Visi dan Misi.....	9
D. SWOT Analysis .....	10
E. Spesifikasi Produk atau Jasa .....	13
F. Jenis/Badan Usaha .....	14
G. Aspek Legalitas .....	15
BAB II ASPEK PRODUK/JASA .....	17
A. Daftar dan Deskripsi Produk/Jasa .....	17
B. Analisa Keunggulan Produk/jasa .....	19
C. Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	20
D. Penyajian dan Kemasan Produk/Jasa .....	25
E. Mekanisme Quality Check .....	27
BAB III RENCANA PEMASARAN .....	29
A. Riset Pasar (Segmen, Target, <i>Positioning</i> ).....	29
B. Validasi Produk – <i>Market Fit</i> .....	31
C. Kompetitor .....	34
D. Program Pemasaran .....	36
E. Media Pemasaran.....	38
F. Proyeksi Penjualan .....	39
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERASIONAL .....	43
A. Identitas Owners/Founders.....	43
B. Struktur Organisasi .....	43
C. Job Analysis dan Job Description.....	45
D. Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja.....	47
E. Service Scape (Layout/Flow).....	49
F. Action Plan & Report .....	51

<b>BAB V ASPEK KEUANGAN .....</b>	<b>59</b>
<b>A. Metode Pencatatan Akuntansi .....</b>	<b>59</b>
<b>B. <i>Capital Expenditure</i> (Identifikasi <i>Initial Investment</i>) .....</b>	<b>59</b>
1. <b>Tangible Investment (Depreciation; Terminal Cash Flow) .....</b>	<b>61</b>
2. <b>Intangible Investment (Amortization).....</b>	<b>65</b>
3. <b>Working Capital (Terminal Cash Flow) .....</b>	<b>66</b>
<b>C. <i>Time Value of Money</i> (Nilai Waktu Uang).....</b>	<b>66</b>
1. <b><i>Future Value</i>.....</b>	<b>67</b>
2. <b><i>Present Value</i>.....</b>	<b>67</b>
<b>D. Pendanaan Investasi: <i>Agency Theory</i> .....</b>	<b>67</b>
1. <b>Owner Equity (Modal Sendiri) .....</b>	<b>69</b>
2. <b>Debt (Bank/Other Loan).....</b>	<b>69</b>
<b>E. Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan.....</b>	<b>69</b>
1. <b><i>Variable Cost; Fixed Cost; Mixed Cost</i> .....</b>	<b>70</b>
2. <b><i>Break Even Point (BEP)</i> .....</b>	<b>73</b>
3. <b><i>Cost Volume Profit (CVP)</i>.....</b>	<b>76</b>
<b>F. Identifikasi Cash Inflow &amp; OutFlow .....</b>	<b>76</b>
1. <b>Opening Budget .....</b>	<b>76</b>
2. <b>Cash Flow Projection.....</b>	<b>77</b>
3. <b>Pengaruh Makro Ekonomi (Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, Dll) .....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1 DATA KOMPETITOR.....	2
2 VPC FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	3
3 DATA PEMINATAN KONSUMEN.....	5
4 STRUKTUR ORGANISASI FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	15
5 RENCANA PRODUK MAKANAN RINGAN DAN MAKANAN BERAT <i>FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE</i> .....	19
6 RENCANA PRODUK MINUMAN <i>FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE</i>	19
7 STANDARD RECIPE QUESADILLA.....	21
8 STANDARD RECIPE DANISH PASTRY CHOCOLATE.....	22
9 STANDARD RECIPE DANISH PASTRY FRUIT.....	22
10 STANDARD RECIPE TIRAMISU.....	23
11 STANDARD RECIPE KOPI CAPPUCINO.....	24
12 STANDARD RECIPE CAFE LATTE.....	24
13 STANDARD RECIPE KOPI HITAM.....	25
14 STANDARD RECIPE HAPPY PEACHY.....	25
15 CONTOH KEMASAN PRODUK FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE	27
16 KUESIONER SAMPEL PRODUK FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	33
17 DAFTAR PESAING FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	35
18 PROGRAM DAN BIAYA PEMASARAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	38



19	PROYEKSI PENJUALAN MAKANAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE PADA TAHUN KE – 1 .....	41
20	PROYEKSI PENJUALAN MAKANAN 5 TAHUN KEDEPAN	41
21	PROYEKSI PENJUALAN MINUMAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE TAHUN KE – 1.....	42
22	PROYEKSI PENJUALAN MINUMAN 5 TAHUN KEDEPAN	42
23	STRUKTUR ORGANISASI FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	45
24	SISTEM PENGGAJIAN KARYAWAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	49
25	TIMELINE FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE TAHUN 2020 .....	53
26	DATA PERMINTAAN KONSUMEN.....	54
27	TES PANEL MAKANAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	57
28	TES PANEL MINUMAN FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	58
29	<i>TANGIBLE INVESTMENT TRUCK</i> .....	62
30	<i>TANGIBLE INVESTMENT EQUIPMENT</i> .....	61
31	<i>TANGIBLE INVESTMENT FURNITURE</i> .....	62
32	<i>TANGIBLE INVESMENT FIXTURE</i> .....	62
33	<i>TANGIBLE INVESTMENT SANITATION EQUIPMENT</i> .....	63
34	DAFTAR TARIF PENYUSUTAN <i>TANGIBLE INVESTMENT</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	64
35	TARIF DAN MASA PENYUSUTAN FISIKAL.....	65
36	<i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	65
37	AMORTISASI <i>INTANGIBLE INVESTMENT</i> .....	65

38	TARIF DAN MASA AMORTISASI.....	66
39	<i>WORKING CAPITAL INVESTMENT</i> .....	66
40	<i>FUTURE VALUE FOOD</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	67
41	<i>FUTURE VALUE BEVERAGES</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE...	67
42	<i>PRESENT VALUE FOOD</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	68
43	<i>PRESENT VALUE BEVERAGES</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .	68
44	INVESTASI FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	69
45	<i>LOAN INSTALLMENT</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	70
46	<i>VARIABLE COST FOOD</i> .....	71
47	<i>VARIABLE COST BEVERAGES</i> .....	71
48	<i>FIXED COST</i> .....	72
49	<i>MIXED COST</i> .....	72
50	<i>PAYBACK PERIOD FOOD</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	73
51	<i>PAYBACK PERIOD BEVERAGES</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE	74
52	<i>INCOME STATEMENT FOOD</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	75
53	<i>INCOME STATEMENT BEVERAGES</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	76
54	<i>CASH FLOW PROJECTION FOOD</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE .....	76
55	<i>CASH FLOW PROJECTION BEVERAGES</i> FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	77

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
1	LOGO.....	7
2	LOKASI USAHA FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	8
3	TEMPAT USAHA FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	9
4	TAMPAK MOBIL FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	49
5	TAMPAK MOBIL FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	50
6	INTERIOR FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	50
7	INTERIOR FUGLEN FOOD TRUCK AND COFFEE.....	51
8	QUESADILLA.....	83
9	DANISH PASTRY COKLAT DAN BUAH.....	83
10	TIRAMISU.....	84
11	HOT COFFEE.....	84
12	ICE COFFEE.....	85
13	BLACK COFFEE.....	85
14	HAPPY PEACHY.....	86
15	DOKUMENTASI JAJAK PENDAPAT.....	87

## DAFTAR PUSTAKA

- Susilaningsih, L. R. (2018). *PANDUAN PENDIRIAN USAHA FOODTRUCK*. Badan Ekonomi Kreatif, Universitas Sebelas Maret.
- Alhafidz, M. R. (2016, Februari 4). *LEGALITAS PERUSAHAAN*. Retrieved from rifqilutfi.blogspot: <http://www.rifqilutfi.blogspot.com/>
- Anugerah, R. (2018, maret 19). *Mengenal Arti Brand & Branding*. Retrieved september 5, 2020, from infobrand: <https://infobrand.id/mengenal-arti-brand-branding>.
- Easybiz. (2018, April 16). *Izin Mendirikan Usaha Food Truck*. Retrieved from hukumonline: <https://www.hukumonline.com/>
- Firmansyah, M. A. (20019). Pemasaran Produk dan Merek.
- GETEDU. (2017, Oktober 23). *Definisi Produk Menurut Para Ahli*. Retrieved from marketingeducate.blogspot: <https://marketingeducate.blogspot.com/>
- Hasibuan. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- maxmanroe. (n.d.). *Pengertian Perusahaan Perseorangan dan Contohnya, Ciri-Ciri, Kelebihan dan Kekurangannya*. Retrieved from maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/>

Retrieved september 3, 2020, from tipsserbaserbi.blogspot:

<https://tipsserbaserbi.blogspot.com/2014/12/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli.html>

Sugeng, M. (2016). *Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli*.

<https://infobrand.id/mengenal-arti-brand-branding>. (2013). *Dwi Satya Asri*. Retrieved from <http://repository.upi.edu/>: [www.http://repository.upi.edu/](http://repository.upi.edu/)

Sunariyah. (2004). *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*.

solihah, l. m. (2020). *Apa itu Strategi Bisnis*. Retrieved from lalalaila:

<https://lalalaila.com/>

Syamsuddin, L. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wilopo, M. R. (2017, september 1). *UPAYA PENGEMBANGAN KONSEP VALUE PROPOSITION GUNA MEMENUHI PROFIL PELANGGAN PADA MASKAPAI LOW COST CARRIER*. Retrieved from media.neliti:

<https://media.neliti.com/media/publications/>

Wind, A. (2015). *food truck*.

YULIANDRI, M. T. (2015, agustus 6). *SEJARAH “FIRST, SECOND AND THIRD WAVE COFFEE”*. Retrieved September 5, 2020, from majalah.ottencoffee:

<https://majalah.ottencoffee.co.id/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee/>