

**BISNIS *HOME INDUSTRY* MAKANAN RINGAN “TIAN BAO”
DI KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh Ujian Akhir
Program Diploma III**



Oleh :

JENNIFER FIONA

NIM : 201822830

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI
MANAJEMEN TATA BOGA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG
2021**

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Jennifer Fiona
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 21 September 2000
NIM : 201822830
Program Studi : Manajemen Tata Boga
Jurusan : Hospitality

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: Bisnis Home Industry Makanan Ringan "Tian Bao" di Kota Bandung 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, 2 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Jennifer Fiona

NIM : 201822839

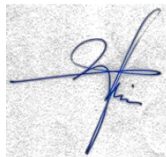
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**BISNIS HOME INUSTRY MAKANAN RINGAN “TIAN BAO” DI KOTA
BANDUNG**

NAMA : JENNIFER FIONA
NIM : 201822830
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA BOGA
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



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

Pembimbing II,



Irma Citra Resmi, S. ST.Par., MM.Par
NIP. 19811110 201101 2 007

Bandung, 25 Agustus 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata
Bandung

Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan bimbingan Nya yang tak henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“BISNIS HOME INDUSTRY MAKANAN RINGAN “TIAN BAO” DI KOTA BANDUNG”**. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan studi program Diploma III di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung program studi Manajemen Tata Boga.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tentunya terdapat banyak rintangan dan tantangan, namun dengan banyaknya pihak yang membantu penulis baik dengan memberikan bantuan berupa masukan-masukan yang membangun maupun bantuan secara moril dan spiritual penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Edison Sitompul, S.Sos, MM., selaku Ketua Jurusan Perhotelan

3. Ibu Ayu Nurwitasari, S.AP., MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga..
4. Bapak Rohyan Sosiadi, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan waktu, masukan dan ilmunya dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Ibu Irma Citra Resmi, S.ST.Par., MM.Par. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan waktu, masukan dan ilmunya dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Bapak Ridho Qurbany selaku Mentor Enhaiipreneur, yang telah memberikan motivasi serta ilmunya yang dapat diaplikasikan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh Dosen pengajar dan Staff program studi Manajemen Tata Boga.
8. Orangtua penulis yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan, serta memberikan dukungan moril kepada penulis.
9. Teman-teman Manajemen Tata Boga angkatan 2018 khususnya 6A atas segala pengalaman, cerita, bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna. Penulis berharap untuk dapat menerima kritik dan saran yang membangun dikarenakan keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Sehingga kedepannya penulis dapat membuat Perencanaan Bisnis yang lebih baik lagi.

Bandung, 2 Juli 2021

Jennifer Fiona

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
EXECUTIVE SUMMARY.....	viii
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis.....	6
1.2.1 Deskripsi Bisnis.....	6
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama.....	7
1.2.3 Identitas Bisnis.....	9
1.3 Visi dan Misi.....	11
1.4 <i>SWOT Analysis</i>	11
1.5 Spesifikasi Produk.....	14
1.6 Jenis Lembaga Usaha.....	15
1.7 Aspek Legalitas.....	16
BAB II ASPEK PRODUK.....	18
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk.....	18
2.2 Analisa Keunggulan Produk.....	22
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi.....	24
2.4 Penyajian dan Kemasan Produk.....	28
2.5 Mekanisme <i>Quality Check</i>	33
BAB III RENCANA PEMASARAN.....	35
3.1 Riset Pasar.....	35
3.2 Validasi Produk.....	37
3.3 Kompetitor.....	38
3.4 Program Pemasaran.....	40
3.5 Media Pemasaran.....	42
3.6 Proyeksi Penjualan.....	47
BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL.....	48
4.1 Identitas Founder.....	48
4.2 Struktur Organisasi.....	49

4.3	<i>Job Analysis dan Job Description</i>	50
4.4	Anggaran Tenaga Kerja.....	52
4.5	<i>Service Scape</i>	53
4.6	Action Plan & Report.....	55
BAB V	ASPEK KEUANGAN.....	56
5.1	Metode Pencatatan Akuntansi.....	56
5.2	<i>Capital Expenditure</i>	57
5.3	Pendanaan Investasi.....	61
5.4	Break Even Point (BEP).....	61
5.5	Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	65
5.5.1	<i>Income Statement</i>	65
5.5.2	<i>Cash Flow & Payback Period</i>	70
	DAFTAR PUSTAKA.....	73
	LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung 2014–2018.....	4
Tabel 2.1 Tabel Varian TIAN BAO.....	18
Tabel 2.2 Tabel Komponen Varian TIAN BAO.....	20
Tabel 2.3 Tabel Varian <i>Monthly Flavor</i>	21
Tabel 2.4 Daftar Peralatan & Perlengkapan.....	25
Tabel 2.5 Jadwal <i>Pre Order</i>	28
Tabel 3.1 Hasil Validasi Produk TIAN BAO.....	37
Tabel 3.2 Daftar pesaing TIAN BAO.....	39
Tabel 3.3 Proyeksi biaya promosi.....	46
Tabel 3.4 Proyeksi Pendapatan Rata-Rata.....	47
Tabel 4.1 Tabel Deskripsi Pekerjaan <i>Owner</i>	51
Tabel 4.2 Tabel Spesifikasi dan Deskripsi Pekerjaan <i>Cook</i>	51
Tabel 4.3 <i>Action Plan & Report</i>	55
Tabel 5.1 Contoh <i>Accrual Basis</i> Bulan Pertama.....	57
Tabel 5.2 <i>Capital Expenditure</i> Peralatan.....	58
Tabel 5.3 <i>Capital Expenditure</i> Perlengkapan.....	58
Tabel 5.4 <i>Capital Expenditure</i> Aksesoris.....	58
Tabel 5.5 Total <i>Capital Expenditure</i> & Depresiasi.....	58
Tabel 5.6 Fixed Cost 1 Tahun.....	60
Tabel 5.7 <i>Fixed & Variable Cost</i>	62
Tabel 5.8 <i>Income Statement</i>	65
Tabel 5.9 <i>Income Statement</i>	65
Tabel 5.10 <i>Income Statement</i>	66
Tabel 5.11 <i>Income Statement</i>	66
Tabel 5.12 <i>Income Statement</i> 1 Tahun.....	67
Tabel 5.13 Operating Cash Flow.....	70
Tabel 5.14 <i>Payback Period</i> Tian Bao.....	70
Tabel 5.15 Total Kebutuhan Biaya Tian Bao.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Usaha TIAN BAO.....	8
Gambar 1.2 Peta Lokasi Jalan Astina.....	10
Gambar 1.3 <i>SWOT Matrix Analysis</i>	12
Gambar 1.4 <i>Business Model Canvas</i>	13
Gambar 2.1 <i>Choco Crunchy</i>	30
Gambar 2.2 <i>Sweet Cheese Spread</i>	30
Gambar 2.3 <i>Chunky Peanut</i>	31
Gambar 2.4 <i>Ham and Egg</i>	31
Gambar 2.5 <i>5 Spices Chicken</i>	32
Gambar 2.6 <i>Fish Tartar</i>	32
Gambar 2.7 Kemasan Produk TIAN BAO.....	33
Gambar 3.1 Media Sosial TIAN BAO.....	41
Gambar 3.2 Contoh Giveaway TIAN BAO.....	45
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi.....	49
Gambar 4.2 Gaji <i>Cook</i> TIAN BAO.....	53
Gambar 4.3 Floor Plan TIAN BAO.....	54
Gambar 5.1 Working Capital Tian Bao.....	60

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : TIAN BAO
Lokasi : Jl. Astina Gg Sukalilah No. 15, Kota Bandung
Logo :



Kata *BAO* dari merk dagang TIAN BAO diambil dari kata *baozi* yang berarti roti kukus yang diberi isian. Kata *TIAN* sendiri merupakan kata yang diambil dari Bahasa Mandarin yang berarti manis. Namun berdasarkan keinginan pembeli yang menginginkan produk asin, maka usaha TIAN BAO pun akhirnya melakukan inovasi produk dengan cara menyediakan kedua produk baik asin maupun manis.

Penjelasan Singkat :

TIAN BAO merupakan sebuah usaha bisnis penjualan makanan berbahan dasar *Chinese Steamed Bun* atau biasa dikenal dengan sebutan *Mantou*. *Mantou* yang umumnya hanya disajikan polos dikreasikan dengan berbagai varian isian baik asin maupun manis. Produk ini dibuat untuk menjawab keinginan masyarakat mengenai makanan yang cepat, praktis, lezat, di tengah gaya hidup yang serba cepat. *Target market* yang ingin dituju adalah seluruh pengguna sosial media di Kota Bandung

serta sistem penjualan yang akan dilakukan adalah berbasis *online* (*pre order*,
gojek, grab, shopee)

DAFTAR PUSTAKA

- Accurate. (2021). *Payback Period Adalah: Pengertian, Kelebihan, Kekurangan dan Cara Menghitungnya*. <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/payback-period-adalah/>
- Arifin, A. Z. (2018). *Manajemen Keuangan*. Zahir Publishing.
- Bekraf. (2019). *Laporan Kerja Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2019*. 62.
- Bitner, M. J. (1992). *Servicescape: the impact of physical surroundings on customer and employess*. *Journal of marketing*. (56th ed.).
- BPS. (2005). *2000 Indonesia's Population Census*.
- Budhiman, I. (2017). *Emil Bersyukur Bandung Ditetapkan sebagai Destinasi Wisata Kuliner Nasional*.
<https://bandung.bisnis.com/read/20170929/549/1107772/emil-bersyukur-bandung-ditetapkan-sebagai-destinasi-wisata-kuliner-nasional>
- CCN, I. (2021). *Netizen Indonesia Gencar Belanja Online Saat Pandemi*.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210223113429-185-609757/netizen-indonesia-gencar-belanja-online-saat-pandemi>
- Dunlop, F. (2019). *The Food of Sichuan*. W.W. Norton & Company.
- Ekon. (2021). *Informasi Seputar UU Cipta Kerja*. <https://uu-ciptakerja.go.id/>
- Ekonomi. (2020). *Gaji Adalah*. <https://sarjanaekonomi.co.id/gaji-adalah/>
- Frida, C. V. O. (2021). *Buku Akuntansi Aktiva (Akuntansi Aktiva, Utang, Modal: Pendekatan Konsep, Jurnal dan Pelaporan*. Garudhawaca.
- Harahap, I. (2018). *Hukum Perusahaan*. 15.
- Hayes, A. (2021). *Quality Control*.
<https://www.investopedia.com/terms/q/quality-control.asp>
- Idris, M. (2021). *Apa Itu Ekuitas: Pengertian, Jenis, Perhitungan, dan Contohnya*. <https://money.kompas.com/read/2021/03/27/055327426/apa-itu-ekuitas-pengertian-jenis-perhitungan-dan-contohnya?page=all>
- Ismail, I. (2020). *Arti Giveaway: Pengertian dan Dampaknya Pada Strategi Marketing*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/arti-giveaway/>

- Jember, U. (2020). *Masa Pandemi Covid-19, Waktu Yang Tepat Menyapa Sasaran Komunikasi Melalui Media Sosial*. <https://unej.ac.id/masa-pandemi-covid-19-waktu-yang-tepat-menyapa-sasaran-komunikasimelalui-media-sosial/>
- KBBI. (2008). *Kuliner*. <https://kbbi.web.id/kuliner>
- KBBI. (2021a). *Anggaran*. <https://kbbi.web.id/anggaran>
- KBBI. (2021b). *KBBI*. <https://www.kbbi.web.id/proyeksi>
- KBBI. (2021c). *Media*. <https://kbbi.web.id/media>
- Kemenkeu. (2009). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN*.
<https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>
- Kemenparekraf. (2019). *Pedoman Pengembangan Wisata Kuliner*. 9.
- Kemkes. (2020). *Vaksin Covid-19 Belum Ditemukan, Pemerintah Siapkan Skenario New Normal*.
<https://www.kemkes.go.id/article/view/20052900001/vaksin-covid-19-belum-ditemukan-pemerintah-siapkan-skenario-new-normal.html>
- Khasali, R. (2007). *Membidik pasar Indonesia segmentasi, targeting, dan positioning*. Gramedia.
- KlikPajak. (2021). *Accrual Basis: Perbedaan dengan Jenis Laporan Keuangan 'Cash Basis.'* <https://klikpajak.id/blog/berita-regulasi/accrual-basis-perbedaan-dengan-jenis-laporan-keuangan-cash-basis/>
- Klimchuck, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design Successful Product Branding from Concept to Shelf* (2nd ed.). Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *No Title*. Pearson Educational.
- Kuniawan, S. (2019). *Apa Itu Influencer dan Manfaatnya untuk Bisnis?*
<https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-influencer/>
- Madura, J. (2007). *Introduction to Business* (J. W. Calhoun (ed.)). Thomson South West.
- Mahawati, E. (2021). *Analisis Beban Kerja dan Produktifitas Kerja* (R. Watrianthos (ed.)). Yayasan Kita Menulis.

- Marketeers. (2015). *Terbukti, Word of Mouth Adalah Promosi Yang Ampuh!*
<https://marketeers.com/terbukti-word-of-mouth-adalah-promosi-yang-ampuh/>
- McKinsey. (2020). *Survey: Indonesian consumer sentiment during the coronavirus crisis*. <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/survey-indonesian-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>
- Moniz, K., & Bishop, T. (2016). *Marketing Management*. College Publishing House.
- Muchlisin, R. (2019). *Segmentasi Pasar (Pengertian, Tujuan, Dasar, Tahapan dan Hambatan)*. <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/segmentasi-pasar-pengertian-tujuan-dasar-tahapan-dan-hambatan.html>
- Muhdar. (2020). *Manajemen SDM: Teori dan Aplikasi Pada Bank Umum Syariah*. Raja Grafindo Persada.
- Musnaini, & Wijoyo, H. (2021). *UMKM di Era Digital*. Insan Cendekia Mandiri.
- Olivia. (2020). *Buku Pengantar Karakter Hanzi*. Gramedia.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. The Free Press.
- Primepac. (2020). *Kraft paper packaging - A comprehensive overview*.
<https://primepac.com.au/kraft-paper-packaging-a-comprehensive-overview/>
- Rangkuti, F. (2007). *Hukum Perusahaan*. PT Sun.
- Riadi, M. (2020). *Kapasitas Produksi (Pengertian, Aspek, Jenis, Perencanaan dan Strategi)*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/08/kapasitas-produksi.html>
- Sandy, F. B. (2020). *Apa itu Break Even Point?* <https://www.online-pajak.com/tentang-pph21/break-even-point>
- Subagyo, Masruroh, N. A., & Bastian, I. (2018). *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Universitas Gadjah Mada.
- Sularko, H., Prawata, V. N., & Widranata, M. (2008). *How Do They Think* (H. Sularko & V. N. Prawata (eds.)). Mosher Publishing.
- Supplychain. (2017). *Analisis Cost Volume Profit (CVP)*.
<https://supplychainindonesia.com/analisis-cost-volume-profit-cvp/>
- TasteAtlas. (2021). *Mantou*. <https://www.tasteatlas.com/mantou>

- Tokopedia, K. (2021). *Pendanaan*. <https://kamus.tokopedia.com/p/pendanaan/>
- UKM, I. (2019). *Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK)*.
<https://www.ukmindonesia.id/baca-izin/1486>
- Wakhid, B., & Windu, M. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia.
- Wijaya, R. (2017). *Beda Gaji dan Upah*.
<https://www.kompasiana.com/riawijaya/5a14d195ca269b280d716192/beda-gaji-dan-upah>
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis* (H. Wijoyo (ed.)). Insan Cendekia Mandiri.
- Wuryasti, F. (2020). *Pola Konsumsi Berubah, Saat Pandemi Tidak ada Loyalitas Brand*. https://m.mediaindonesia.com/infografis/detail_infografis/314394-pola-konsumsi-berubah-saat-pandemi-tidak-ada-loyalitas-brand