

PERENCANAAN BISNIS MAKANAN CEPAT SAJI
***CLOUD KITCHEN* ‘ POM PUMP BURGER ’**
DI SITUASI *NEW NORMAL* DI KOTA BANDUNG

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

dalam menempuh studi pada

Program Diploma III



Oleh:

LUCKY FEBRYANI

Nomor Induk : 201822832

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN TATA BOGA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS MAKANAN CEPAT SAJI CLOUD KITCHEN “ POM PUMP
BURGER” DI SITUASI NEW NORMAL DI KOTA BANDUNG

NAMA : LUCKY FEBRYANI
NIM : 201822832
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA BOGA
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,



Christian H. Rumayar, S.Sos.,
MM.Par.

NIP 19691228 200212 1 001

Pembimbing II,



28/06/2021
Mandradhyta Kusuma Putra.,

M.Sc.

NIP 19851224 201101 1 010

Bandung,

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan,

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Lucky Febryani
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung 12 Februari 1997
NIM : 201822832
Program Studi : Managemen Tata Boga
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
" PERENCANAAN BISNIS MAKANAN CEPAT SAJI CLOUD KITCHEN ' POM PUMP BURGER' DI SITUASI NEW NORMAL 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, 28 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Lucky Febryani

NIM 201822832

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan semesta karena atas penyertaanya kita masih dapat hidup di dunia ini dalam keberkahan dan ketenangan hati.

Penulis mengucapkan syukur atas karena telah di berikan kesempatan baik itu sehat fisik maupun akal pikiran. Penulis juga diberi kesabaran serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “**PERENCANAAN BISNIS MAKANAN CEPAT SAJI CLOUD KITCHEN ‘POM PUMP BURGER’ DI SITUASI NEW NORMAL DI KOTA BANDUNG**”

Adapun penyusunan Tugas Akhir ini sebagai syarat kelulusan penulis di jenjang perkuliahan Diploma III Jurusan Perhotelan prodi Manajemen Tata Boga di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Selama penyusunan Tugas Akhir ini tentunya banyak sekali hambatan serta tantangan yang dialami oleh penulis, namun karena binaan dan dukungan semua pihak akhirnya dapat teratasi dengan selesainya tugas akhir ini.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang kepada segenap pihak yang telah memberi dukungan secara moril maupun semangat, serta masukan dan diskusi yang dibagikan kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini:

1. Bapak Faisal, MM. Par, CHE., selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc, selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison Sitompul, S.Sos, MM., selaku Ketua Jurusan Perhotelan
4. Ibu Ayu Nurwitasari, S.AP., MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga.
5. Bapak Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan waktu, saran dan dukungan dalam moral maupun ilmu dalam membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Mandradhitya Kusuma, P., SST.Par., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Seluruh Dosen pengajar di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung yang pernah mengajar penulis selama berkuliah di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Dosen pengajar dan Staff program studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
8. Seluruh teman di Chevalier yang telah bersama menemani penulis sampai 6 semester. Belva, Willy yang telah banyak membantu dalam secara moril.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis sadar bila apa yang tertuang dalam tugas akhir ini tidaklah sempurna, masih banyak kekurangan yang mungkin luput dari perhatian penulis. Dengan sepenuh hati dan keikhlasan, saran serta kritik yang membangun sangat diterima oleh penulis selain sebagai pengingat juga sebagai dorongan agar dapat berkarya lebih baik lagi untuk kedepannya.

Terakhir, penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat menjadi tinjauan bersama untuk membentuk lingkungan yang berguna bagi sesama tanpa menjatuhkan satu sama lain.

Bandung, 06 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Gambaran Umum Bisnis	6
1.2.1 Deskripsi Bisnis	7
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama	9
1.2.3 Identitas Bisnis.....	11
1.3 Visi dan Misi	12
1.4 <i>SWOT</i> Analisis	13
1.4.1 Aspek-aspek Analisis <i>SWOT</i>	14
1.5 Spesifikasi Produk	20
1.6 Jenis Badan Usaha	21
1.7 Bisnis Model Kanvas	21
1.8 Aspek Legalitas	23
BAB II	24
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk	24
2.2 Analisis Keunggulan Produk	27
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produksi	32
2.4 Penyajian Kemasan Produk	33

2.5	Mekanisme <i>Quality Check</i>	34
2.5.1	<i>Purchasing</i>	35
2.5.2	<i>Receiving</i>	36
2.5.3	<i>Storing</i>	37
2.5.4	<i>Issuing</i>	37
2.5.5	<i>Inventory</i>	38
2.5.6	<i>Production</i>	38
BAB III	40
3.1	Riset Pasar.....	40
3.1.1	Segmentasi Pasar	40
3.1.2	Target Pasar	42
3.1.3	Posisi Pasar	44
3.2	Validasi Produk (<i>Market Fit</i>)	45
3.3	Kompetitor	50
3.4	Pemasaran	53
3.4.1	Branding dan Promosi	54
3.5.1	Media Sosial	56
3.6	Proyeksi Penjualan	59
BAB IV	64
4.1	Identitas Pemilik	64
4.2	Struktur Organisasi	65

4.3 Analisis pekerjaan dan Deskripsi Pekerjaan	66
4.4 Anggaran Tenaga Kerja	68
4.5 <i>Servicescape</i>	70
4.6 <i>Action Plan and Report</i>	72
BAB V.....	75
5.1 Metode Pencatatan Akuntansi	75
5.2 <i>Capital Expenditure</i>	76
<u>.....</u> 5.2.1 <i>Working Capital</i>	78
5.4 Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	82
5.4.1 Komponen Biaya	82
5.4.2 <i>Break Event Point (BEP)</i>	83
5.5 Identifikasi Proyeksi Arus Keuangan Masuk dan Keluar	86
5.5.1 Proforma Profit & Loss	87
5.5.2 Cash Flow Projection.....	90
5.5.3 <i>Net Present Value (NPV)</i>	90
5.5.4 Payback Period	91
DAFTAR PUSTAKA	94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Bisnis Desain Oleh: Ricky Suryadi, 2020	10
Gambar 1. 2 Kuadran SWOT Oleh Penulis, 2021	16
Gambar 1. 3 Bisnis Model Kanvas Sumber Design oleh penulis, 2020	22
Gambar 2. 1Pengemasan Produk Sumber Design oleh penulis, 2021	33
Gambar 3. 1 Media Sosial Instagram sumber oleh penulis,2021	57
Gambar 4. 1Struktur Organisasi sumber oleh penulis, 2021	66
Gambar 4. 2 Ilustrasi Floor Kitchen dan Design (3D Kitchen App) sumber oleh penulis	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Nama Burger Lokal Bandung Sumber oleh penulis, 2021	5
Tabel 1. 2 SWOT Analisis Sumber oleh penulis.....	17
Tabel 2. 1 Menu Produk A la Carte Sumber oleh penulis, 2021	24
Tabel 2. 2 Menu Paket A la Carte Sumber oleh Penulis, 2021	25
Tabel 2. 3 Keterangan Produk Sumber oleh penulis, 2021	26
Tabel 2. 4 List Peralatan dan Perlengkapan Design oleh penulis, 2021	33
Tabel 3. 1 Segmentasi Pasar sumber oleh penulis, 2021	43
Tabel 3. 2 Kompetitor sumber oleh penulis, 2021	51
Tabel 3. 3 Marketing Mix 4P sumber oleh penulis, 2021	52
Tabel 3. 4 Proyeksi Biaya Pemasaran sumber oleh penulis, 2021	59
Tabel 3. 5 Biaya Rata-rata Resep Sumber oleh penulis,2021	60
Tabel 3. 6 Estimasi Harga Penjualan Produk Sumber oleh penulis, 2021	61
Tabel 3. 7 Proyeksi Penjualan Tahunan sumber oleh penulis, 2021	62
Tabel 3. 8 Proyeksi Penjualan 12 bulan sumber oleh penulis, 2021	63
Tabel 4. 1 Proyeksi Anggaran Tenaga Kerja Sumber oleh penulis, 2021	69
Tabel 4. 2 Anggaran Spesifikasi Tenaga Kerja Sumber oleh penulis, 2021	69
Tabel 4. 3 Action Plan Pom Pump Burger sumber oleh penulis, 2021	73
Tabel 5. 1 Capital Expenditure Sumber oleh penulis, 2021	77
Tabel 5. 2 Investment structure sumber oleh penulis, 2021	80
Tabel 5. 3 Depresiasi dan Amortisasi sumber oleh penulis,2021	81
Tabel 5. 4 Persentase Modal sumber oleh penulis,2021	81
Tabel 5. 5 Komponen Biaya Sumber oleh penulis, 2021	83

Tabel 5. 6 Margin of Safety sumber oleh penulis,2021	86
Tabel 5. 7 Proforma P&L dalam satu tahun sumber oleh penulis,2021	88
Tabel 5. 8 Proyeksi Income Statement sumber oleh penulis,2021	89
Tabel 5. 9 Cash Flow Projection sumber oleh penulis, 2021	90
Tabel 5. 10 Payback period sumber oleh penulis, 2021	93

DAFTAR PUSTAKA

Putri, Arum Sutrisni. 2020. "Apa Itu Kegiatan Ekonomi?".

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/12/160000769/apa-itu-kegiatan-ekonomi>. Diakses pada 18 februari 2021.

Humas Bandung. 2018. "Bandung Kembali Dinobatkan Sebagai Kota Pariwisata Terbaik. [page=allhttps://humas.bandung.go.id/berita/bandung-kembali-dinobatkan-sebagai-kota-pariwisata](https://humas.bandung.go.id/berita/bandung-kembali-dinobatkan-sebagai-kota-pariwisata). Diakses pada 18 Febuari 2021.

Anonim. 2019. "Demam Bubble Tea di GrabFood!".

<https://www.grab.com/id/en/press/tech-product/demam-bubble-tea-di-grabfood/>. Diakses pada 18 Febuari 2021

Humas Bandung. 2018. "Bandung Kembali Dinobatkan sebagai Kota Pariwisata Terbaik"

([page=allhttps://humas.bandung.go.id/berita/bandung-kembali-dinobatkan-sebagai-kota-pariwisata](https://humas.bandung.go.id/berita/bandung-kembali-dinobatkan-sebagai-kota-pariwisata) , n.d.). Diakses pada 18 Februari 2021

Kumpulan Pengertian. 2018 " Pengertian Analisis SWOT Menurut Para Ahli.

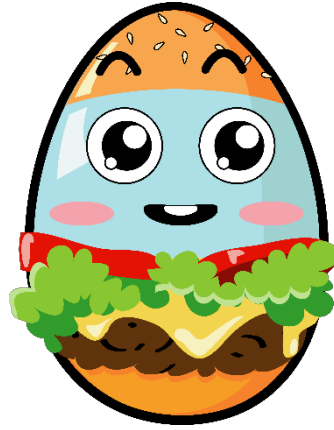
(<http://www.kumpulanpengertian.com/2018/03/pengertian-analisis-swot-menurut-para.html> , n.d.). Diakses pada 18 Februari 2021

As Rimbawana. 09 Januari 2019. Tren Makanan Rasa "Salted Egg" dan Sejarahnya di Indonesia.

(<https://tirto.id/tren-makanan-rasa-salted-egg-dan-sejarahnya-di-indonesia-ddRx> , n.d.)

EXECUTIVE SUMMARY

POM PUMP BURGER



Nama Bisnis : Pom Pump Burger

Jenis Bisnis : Makanan cepat saji (Cloud Kitchen)

Alamat Bisnis : Jln. Haji Kurdi Baru III No. 29

Instagram : @Pompumpburger

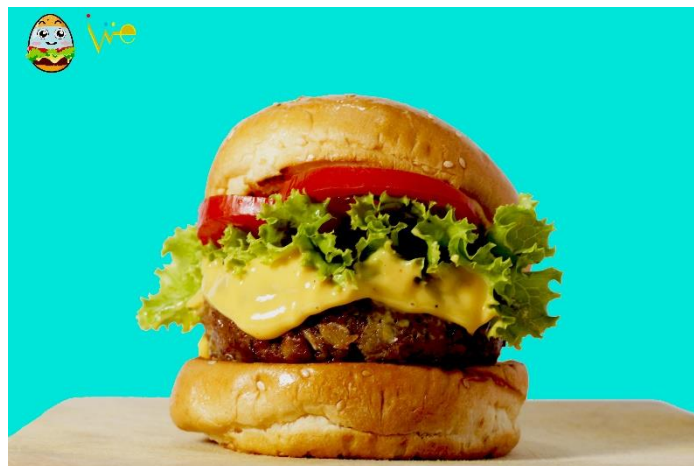
Penjelasan Bisnis :

Melihat potensi pasar dalam makanan cepat saji. Pom Pump Burger merupakan suatu ide usaha makanan yang terinspirasi dalam membuat makanan cepat saji dengan sentuhan rumahan. Melihat perkembangan pasar dengan tren yang ada membuat pengembangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Pengkombinasian makanan atau yang dikenal sebagai *fashion food* di garap oleh Pom Pump Burger dalam membuat produk mempunyai ciri khas tersendiri. Dalam hal ini telur asin sendiri menjadi icon dalam logo Pom Pump Burger.

Latar Belakang :

Melihat situasi pasar saat keadaan pandemik membuat pendiri untuk mendirikan usaha dalam bentuk Cloud Kitchen. Dalam hal ini pertimbangan untuk bisa menekan biaya overhead sehingga bisa tetap menyajikan produk dengan kualitas terbaik adalah harapan dan komitmen kami terhadap konsumen. Selain itu masyarakat yang mulai jenuh dengan kurangnya variasi makanan kami coba hadirkan kembali.

Produk :



Harga dan Target Pasar :

Untuk harga sendiri ada di rentang dari Rp. 10.000 untuk cassava fries sampai dengan Rp. 55.000 untuk paket bersama. Untuk pemesanan makanan bisa

di akses melalui platform aplikasi seperti Go-food/Grab-Food/Shoope Food tidak lain juga bisa melakukan pemesanan melalui sosial media.

Untuk target market sendiri terdiri dari kalangan generasi milenial dan juga generasi z. Dimana pada generasi ini umumnya calon konsumen mempunyai smartphone yang ditunjang dalam kepraktisan dalam membeli produk. Selain itu juga adanya tingkah laku untuk mencoba makanan baru atau unik, seperti para foodie.

Alexander Kusumapradja. 15 Juli 2020. Ini Dia 8 Perbedaan Generasi Millennial dan Gen Z.

(<https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/7/2020/21101/ini-dia-8-perbedaan-antara-generasi-millennial-dengan-gen-z> , n.d.). Diakses pada 20 Februari 2021.

Rina Rachmawati. Mei 2011. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran).

(<https://www.library.unes.ac.id> , n.d.). Diakses pada 22 April 2021

Made Resna, Gede Sri Darma. April 2018. Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram.

(<http://repository.dinamika.ac.id>.idn.d.) Diakses pada 22 April 2021