

**PERENCANAAN USAHA “JAP-KOBAB”
DI PASAR LAMA TANGERANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Dalam Menempuh Studi
Pada Program Diploma III**



Oleh:

KELVIN PURNAMA

Nomor Induk : 201722301

JURUSAN HOSPITALITI

**PROGRAM STUDI
MANAJEMEN TATA
BOGA**

**SEKOLAH TINGGI
PARIWISATA BANDUNG**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

Perencanaan Usaha Jap-Kobab di Pasar Lama Tangerang

NAMA : Kelvin Purnama
NIM : 201722301
PROGRAM STUDI : Hospitality
JURUSAN : Manajemen Tata Boga

Pembimbing I,



Rusna Purnama, SE, MM
NIP: 19780415 201101 1 006

Pembimbing II,



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

Bandung, 5 Februari 2021

Mengetahui,
Kabag. Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Andar Danyu I. 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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama Lengkap : Kelvin Purnama
Tempat/Tanggal Lahir : Kotabumi, 23 Februari 1997
NIM : 201722301
Program Studi : Manajemen Tata Boga

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ilmiah TA/Skripsi/Thesis yang berjudul:

Perencanaan Usaha Jap-Kobab di Pasar Lama Tangerang 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
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Senin 8 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Kelvin Purnama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Orang tua penulis atas rahmat dan penyertaan Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis memberi judul : **”PERENCANAAN USAHA JAP-KOBAB DI PASAR LAMA TANGERANG”** tujuan dibuatnya penulisan Tugas Akhir ini yaitu sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma III, Jurusan Hospitaliti, Program Studi Manajemen Tata Boga di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapat berbagai macam hambatan namun akhirnya dapat terselesaikan juga dengan tepat waktu.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas dukungan, bantuan serta doa, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini 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 Sitompul, S.Sos., MM. Par. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Ibu Ayu Nurwitasari, S.AP., MM.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak Rusna Purnama SE., MM Selaku pembimbing I yang telah memberikan masukan, dukungan, bimbingan serta motivasi kepada penulis.

6. Ibu Irma Citra Resmi, S.ST.Par., MM pembimbing II yang telah memberikan masukan, dukungan, bimbingan serta motivasi kepada penulis.
7. Seluruh staff pengajar serta karyawan Manajemen Tata Boga khususnya dan seluruh jajaran dosen serta karyawan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung pada umumnya.
8. Keluarga penulis, terutama untuk Bapak Aan Wijaya dan Ibu Rosanna Sinaga selaku orang tua penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan penuh kepada penulis baik secara material maupun spritual.
9. Seluruh teman-teman Manajemen Tata Boga angkatan 2017 terutama 6A atas bantuan, semangat, cerita dan persahabatan yang telah dilalui bersama hingga akhirnya Usulan Penelitian ini terselesaikan.
10. Serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal pendidikan, pengalaman, dan kemampuan untuk Usulan Penelitian yang telah dibuat agar lebih baik lagi.

Bandung, Januari 2021

Kelvin Purnama

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 GAMBARAN UMUM USAHA	7
1.2.1 DESKRIPSI LOGO DAN NAMA	7
1.2.2 RINGKASAN PROFIL DESKRIPSI PERUSAHAAN	8
1.3 VISI DAN MISI.....	10
1.4 ANALISIS PELUANG USAHA DAN HAMBATAN	11
1.5 SPESIFIKASI PRODUK	13
1.6 JENIS BADAN USAHA DAN STRUKTUR PERSONALIA ATAU MANAJEMEN.....	14
1.7 ASPEK LEGALITAS	16
BAB 2 ASPEK PRODUK.....	18
2.1 DAFTAR DAN DESKRIPSI PRODUK	18
2.2 ANALISA KEUNGGULAN PRODUK	19
2.3 PENENTUAN KAPASITAS DAN RENCANA PRODUKSI.....	20
2.4 PENYAJIAN DAN KEMASAN PRODUK.....	22
2.5 MEKANISME <i>QUALITY CHECK</i>	26
BAB 3 RENCANA PEMASARAN	29
3.1 RISET PASAR.....	29
3.2 VALIDASI PRODUK (MARKET FIT).....	31
3.3 KOMPETITOR.....	33

3.4	PROGRAM PEMASARAN.....	34
3.5	MEDIA PROMOSI.....	35
3.6	PROYEKSI BIAYA PEMASARAN DAN PENJUALAN	37
BAB 4 ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DAN OPERASIONAL.....		40
4.1	IDENTITAS <i>OWNER / FOUNDER</i>	40
4.2	STRUKTUR ORGANISASI.....	41
4.3	<i>JOB SPECIFICATION</i> DAN <i>JOB DESCRIPTION</i>	42
4.4	ANGGARAN TENAGA KERJA (<i>MANNING BUDGET</i>).....	44
4.5	SERVICE SCAPE.....	45
4.6	<i>ACTION PLAN AND REPORT</i>	48
BAB 5 ASPEK KEUANGAN		49
5.1	METODE PENCATATAN AKUNTANSI.....	49
5.2	<i>CAPITAL EXPENDITURE</i>	56
5.2.1	PERHITUNGAN ASET DAN PERKIRAAN DEPRESIASI	56
5.2.2	<i>INCOME STATEMENT</i> SELAMA 1 TAHUN.....	57
5.3	PENDANAAN INVESTASI DAN PERHITUNGAN MODAL SENDIRI (<i>OWNER’S EQUITY</i>).....	58
5.4	PENENTUAN TITIK IMPAS DAN LABA YANG DIHARAPKAN	59
5.4.1	BIAYA TETEAP DAN TIDAK TETAP	59
5.4.2	<i>BREAK EVEN POINT (BEP)</i>	60
5.5	IDENTIFIKASI <i>CASH INFLOW</i> DAN <i>OUTFLOW</i>	62
5.5.1	<i>DATA OPERATING BUDGET</i>	62
5.5.2	PROYEKSI <i>CASH FLOW</i>	64
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Denah Lokasi Pasar Lama.....	7
Gambar 2 Logo Jap-Kobab	9
Gambar 3 <i>Business Model Canvas</i>	13
Gambar 4 Struktur Organisasi Jap-Kobab	15
Gambar 5 Kemasan Produk Jap-Kobab	24
Gambar 6 Teriyaki Kebab.....	25
Gambar 7 Dak Gang Jeong Kebab.....	26
Gambar 8 Media Sosial Jap-Kobab.....	36
Gambar 9 <i>Flyer</i> Jap-Kobab.....	37
Gambar 10 Struktur Organisasi Jap-Kobab	41
Gambar 11 Desain Gerobak Jap Kobab.....	46
Gambar 12 <i>Layout</i> Jap-Kobab	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Presentase Kontribusi Sektor Kuliner	1
Tabel 2	Jumlah Penduduk Di Kota Tangerang	4
Tabel 3	Wisatawan Kota Tangerang	5
Tabel 4	Data Ketertarikan Masyarakat Terhadap Inovasi Pada Kebab N=100	10
Tabel 5	SWOT Matriks.....	12
Tabel 6	Jenis Makanan Jap-Kobab	19
Tabel 7	Ulasan Produk Jap-Kobab.....	32
Tabel 8	Ulasan Produk Jap-Kobab Menggunakan Uji Hedonik.....	33
Tabel 9	Daftar Penjual Kebab Di Pasar Lama Tangerang	34
Tabel 10	Rencana Biaya Pemasaran Jap-Kobab	37
Tabel 11	Rencana Biaya Pemasaran Jap-Kobab (Lanjutan).....	38
Tabel 12	Proyeksi Penjualan Selama Setahun	38
Tabel 13	Proyeksi Penjualan Selama Setahun (Lanjutan)	39
Tabel 14	Proyeksi Penjualan Selama Setahun (Lanjutan)	39
Tabel 15	Rincian Jumlah Pegawai Jap-Kobab.....	42
Tabel 16	Rincian Job Specification Jap-Kobab	43
Tabel 17	Daftar Gaji Pegawai Jap-Kobab.....	45
Tabel 18	<i>Action Plan And Report</i>	48
Tabel 19	<i>Accrual Basis (Price Rp 25.000)</i>	50
Tabel 20	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	50
Tabel 21	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	51
Tabel 22	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	51
Tabel 23	<i>Accrual Basis (Price Rp 21.000)</i>	52
Tabel 24	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	52
Tabel 25	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	53
Tabel 26	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	53
Tabel 27	<i>Accrual Basis (Price Rp 18.000)</i>	54
Tabel 28	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	54
Tabel 29	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	55
Tabel 30	<i>Accrual Basis (Lanjutan)</i>	55
Tabel 31	Aktiva Tetap.....	56

Tabel 32 Aktiva Lancar.....	56
Tabel 33 Depresiasi Aset Tanpa Residu	57
Tabel 34 <i>Income Statement</i>	57
Tabel 35 Biaya Operasional	59
Tabel 36 <i>Operating Budget</i>	62
Tabel 37 <i>Operating Budget</i> (Lanjutan).....	62
Tabel 38 <i>Operating Budget</i> (Lanjutan).....	63
Tabel 39 <i>Operating Budget</i> (Lanjutan).....	63
Tabel 40 Data <i>Cash Flow</i> Jap-Kobab	64

DAFTAR PUSTAKA

- Association, A. M. (2020, 11 18). *Riset Pemasaran*. Diambil kembali dari ekonomimanajemen.com: <https://ekonomimanajemen.com>
- Coulter, R. d. (2007, 09 1). *Struktur Organisasi*. Diambil kembali dari <https://www.kajianpustaka.com>
- David.A, A. (1991). Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu. Dalam A. David.A, *Manajemen Equitas Merek, memanfaatkan nilai dari suatu*. Jakarta: Mitra Utama.
- Fandy. (2013, 11 18). Personal Selling. *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 80. Diambil kembali dari <https://core.ac.uk/>
- FAO. (2008). A Review On Culture, Production and Use of Spirulina as Food For domestic animal and fish. Dalam FAO, *A Review On Culture, Production and Use of Spirulina as Food For domestic animal and fish*. rome: Fisheries and Aquaculture Circular. Diambil kembali dari <http://eprints.umm.ac.id>
- Garrison, H. R., Noreen, E. W., & Brewer, d. P. (2006). Akuntansi Manajerial,. Dalam H. R. Garrison, E. W. Noreen, & d. P. Brewer, *Akuntansi Manajerial*, (hal. 335). Jakarta: SAlemba \$.
- Hall, C. a. (2001). Food Tourism Around The World. Dalam C. M. Mitchell, *Food Tourism Around The World* (hal. 308).

- Harahap, S. S. (2006). Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Dalam S. S. Harahap, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (hal. 211). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jusniar, d. (2014). Perbandingan Validitas Media Pembelajaran Trainer . 40. Diambil kembali dari jurnalmahasiswa.unesa.ac.id
- Kirana, D. (2009). *Kebab : Lezat dan eksotis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. (2020, 11 18). *Pengertian Strategi Pemasaran*. Diambil kembali dari <https://projasaweb.com/>: <https://projasaweb.com/>
- Lee Krajewski, L. R. (2007). Operation management. Dalam L. R. Lee Krajewski, *Operation management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Dalam R. Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (hal. 120). Jakarta: Salemba empat.
- Mulyadi. (2013). sistem akuntansi. Dalam Mulyadi, *sistem akuntansi* (hal. 373). jakarta: salemba empat.
- tjiptono, f. (2008). strategi pemasaran. Dalam f. tjiptono, *strategi pemasaran* (hal. 88). yogyakarta: ANDI edisi 3.