

**PERENCANAAN USAHA *BOOTH FROKKU*  
DI CIWALK BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

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



Oleh :

**AZRAI ANDRIANSYAH**  
**Nomor Induk : 201621466**

**JURUSAN HOSPITALITI  
PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG  
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN USAHA *BOOTH FROKKU*  
DI CIWALK BANDUNG

NAMA : AZRAI ANDRIANSYAH  
NIM : 201621466  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : PERHOTELAN

Bandung, 10/2/2020

Bandung, 10/2/2020

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Ridwan Iskandar, SE., MM

Dodi Affandi, SS., MM.Par.

NIP

NIP 19781015 200502 1 001

Bandung, .....

Mengetahui,

Menyetujui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



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

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

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : AZRAI ANDRIANSYAH  
Tempat/Tanggal Lahir : BANDUNG, 1 APRIL 1998  
NIM : 201621466  
Program Studi : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
Jurusan : HOSPITALITI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:  
**“PERENCANAAN USAHA BOOTH FROKKU DI CIWALK 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, Januari 2020

Yang membuat pernyataan,



AZRAI ANDRIANSYAH  
NIM.201621466

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN USAHA BOOTH FROKKU DI CIWALK”**

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Faisal, MM.Par, CHE. Sebagai Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Geoltom, S.Sos, MSc. Selaku Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. Selaku Ketua Program Studi di Manajemen Tata Hidangan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Ridwan Iskandar,SE.,MM. Selaku Dosen Pembimbing I atas bantuan dan bimbingan atas penulisan Tugas Akhir.
6. Bapak Dodi Affandi, SS., MM.Par. Selaku pembimbing II atas bantuan dan bimbingan atas penulisan Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung khususnya Program Studi Manajemen Tata Hidangan.

8. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa, motivasi dan materi kepada penulis.
9. Kepada teman - teman yang telah membantu penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat untuk diucapkan satu persatu, terimakasih atas semua dukungan dan bantuan dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Penulis juga menyadari Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, untuk itu dengan senang hati penulis menerima saran dan kritik yang bersifat mendukung demi kemajuan penulis di masa yang akan datang. Penulis juga berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis.

Bandung, Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Gambaran Umum Usaha dan Sejenis atau Pesaing.....	6
C. Analisis Peluang dan Hambatan.....	7
D. Jenis atau Badan Usaha dan Struktur Personalia atau Manajemen.....	9
E. Lokasi.....	10
<b>BAB II ASPEK PRODUK</b> .....	12
A. Nama dan Logo Tempat Usaha.....	12
B. Nama dan Jenis Produk.....	13
C. Penyajian dan Kemasan Produk.....	14
D. Alasan dan Keunggulan Produk.....	15
E. Target Pasar.....	16
F. Menu Desain .....	17
G. Perhitungan Biaya Produksi dan Nilai Jual .....	19
H. Proyeksi Penjualan.....	21
<b>BAB III RENCANA PROMOSI / PEMASARAN</b> .....	23
A. Kegiatan Pemasaran .....	23
a. <i>Product</i> (Produk) .....	23
b. <i>Price</i> (Harga) .....	24
c. <i>Place</i> (Tempat).....	24
d. <i>Promotion</i> (Promosi) .....	25
B. Media Promosi .....	26
C. Biaya Promosi .....	30
<b>BAB IV ASPEK FISIK</b> .....	31
A. Luas Tempat.....	31

B. Desain & Fungsi Bangunan .....	33
<b>BAB V ASPEK OPERASIONAL .....</b>	<b>36</b>
A. Struktur Organisasi .....	36
B. Jam Kerja .....	36
C. <i>Job Specification dan General Service</i> .....	37
D. Status Pegawai .....	40
E. Sistem Penggajian .....	41
F. Desain Seragam.....	41
<b>BAB VI ASPEK FINANSIAL .....</b>	<b>43</b>
A. Investasi.....	43
B. Perhitungan Peralatan dan Perlengkapan .....	44
C. Income Statement And Cash Flow.....	45
D. Investment Analysis .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 DATA PENGUNJUNG CIWALK YANG BERMINAT TERHADAP MINUMAN DENGAN TEKNIK PENYAJIAN YANG BERBEDA.....	5
TABEL 2 DAFTAR USAHA PENJUALAN MINUMAN .....	6
TABEL 3 ANALISIS <i>SWOT</i> .....	8
TABEL 4 DAFTAR MENU FROKKU.....	14
TABEL 5 BIAYA PRODUKSI RAINBOW CUBES .....	19
TABEL 6 BIAYA PRODUKSI YOGHURT RAINBOW.....	20
TABEL 7 DATA KUNJUNGAN CIWALK .....	21
TABEL 8 PROYEKSI PENJUALAN FROKKU SELAMA 5 TAHUN .....	22
TABEL 9 PROYEKSI BIAYA PROMOSI FROKKU .....	30
TABEL 10 JUMLAH PEGAWAI <i>BOOTH</i> FROKKU .....	36
TABEL 11 JADWAL KERJA KARYAWAN .....	37
TABEL 12 SPESIFIKASI KERJA .....	38
TABEL 13 <i>GENERAL SERVICE PROCEDURE BOOTH</i> FROKKU .....	39
TABEL 14 DAFTAR PENGAJIAN KARYAWAN FROKKU.....	41
TABEL 15 INVESTASI FROKKU .....	43
TABEL 16 PERALATAN DAN PERLENGKAPAN.....	44
TABEL 17 PERHITUNGAN <i>INCOME STATEMENT</i> .....	45
TABEL 18 PENGHITUNGAN <i>CASH FLOW</i> .....	45
TABEL 19 PERHITUNGAN KUMULATIF <i>OPERATING CASH FLOW</i> .....	46
TABEL 20 <i>INVESTMENT ANALYSIS</i> .....	46
TABEL 21 PENGHITUNGAN <i>PAYBACK PERIOD</i> .....	47



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 STRUKTUR ORGANISASI <i>BOOTH</i> FROKKU .....	10
GAMBAR 2 PETA LOKASI .....	11
GAMBAR 3 DENAH LOKASI USAHA.....	11
GAMBAR 4 LOGO FROKKU.....	12
GAMBAR 5 KEMASAN PRODUK MINUMAN .....	15
GAMBAR 6 DESAIN MENU FROKKU .....	18
GAMBAR 7 MEDIA PROMOSI <i>STANDING BANNER VALENTINE'S DAY DI BOOTH</i> FROKKU .....	26
GAMBAR 8 MEDIA PROMOSI <i>FLYER SOFT OPENING</i> FROKKU .....	27
GAMBAR 9 MEDIA PROMOSI <i>STAMP CARD BOOTH</i> FROKKU.....	28
GAMBAR 10 MEDIA PROMOSI <i>INSTAGRAM</i> FROKKU .....	29
GAMBAR 11 <i>LAYOUT BOOTH</i> FROKKU .....	32
GAMBAR 12 DESAIN <i>BOOTH</i> FROKKU.....	33
GAMBAR 13 DESAIN SERAGAM FROKKU .....	42

## DAFTAR PUSTAKA

- Marwato, B. H., & Herlambang, S. (2013). *PENGANTAR ILMU BISNIS*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Muchtar, A. (2014). *BUSINESS PLAN & RENCANA AKSI*. Bandung: YRAMA WIDYA.
- 9 Ciri Ciri Usaha Perorangan di Indonesia. (2017, September 17). Retrieved September 23, 2019, from DosenEkonomi: <https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/badan-usaha/ciri-ciri-usaha-perorangan>
- Agmasari, S. (2018, Februari 6). *KOMPAS.com*. (W. A. Prodjo, Editor) Retrieved September 10, 2019, from Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia: <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>
- Desain, A. M. (n.d.). *Pengertian / Definisi Mall Menurut Beberapa Ahli*. Retrieved September 21, 2019, from Arsitur Media Desain: <https://www.arsitur.com/2015/10/pengertian-definisi-mall-menurut.html>
- Ispranoto, T. (2018, September 27). *Pemkot Klaim Pertumbuhan Ekonomi di Bandung Stabil*. Retrieved September 21, 2019, from detikfinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4231999/pemkot-klaim-pertumbuhan-ekonomi-di-bandung-stabil>
- Manis, S. (2019, Januari 4). *Pengertian Minat Beli, Aspek, Dimensi, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Lengkap*. Retrieved September 23, 2019, from Pelajaran: <https://www.pelajaran.co.id/2019/04/pengertian-minat-beli-aspek-dimensi-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli-konsumen.html>
- Pengertian Perusahaan Perseorangan dan Contohnya, Ciri-Ciri, Kelebihan dan Kekurangannya*. (n.d.). Retrieved September 23, 2019, from Maxmanroe: <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-perusahaan-perseorangan.html>
- Soni. (2016, Oktober 2016). *Referensi Booth Untuk Jualan Makanan ataupun Minuman*. Retrieved September 21, 2019, from Solusi Rumah Terkini: <http://soni.web.id/referensi-booth-untuk-jualan-makanan-ataupun-minuman/>
- Sora, N. (2015, Maret 1). *Pengertian Analisis SWOT Dan Manfaatnya*. Retrieved September 22, 2019, from PENGERTIAN APAPUN: <http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-analisis-swot-dan-manfaatnya.html>

- Sora, N. (2015, September 3). *Pengertian Badan Usaha Dan Contohnya Maupun Jenisnya Lengkap*. Retrieved September 23, 2019, from PENGERTIAN APAPUN: <http://www.pengertianku.net/2015/09/pengertian-badan-usaha-dan-contohnya-maupun-jenisnya.html>
- Ayu, D. H. (2015, November 9). *Pengertian, Unsur dan Tujuan Biaya Produksi*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/dhanatsr/56406be1727a61d606048be2/pengertian-unsur-dan-tujuan-biaya-produksi?page=all>
- Firmnsyah, M. A., & Mahardika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Sleman: DEEPUBLISH.
- Ilham, M. (2019, September 4). *12 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli dan Secara Umum*. Retrieved from MateriBelajar: <https://materibelajar.co.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- Nuhajat. (2016, Maret 17). *Jam Kerja, Waktu Istirahat Kerja dan Lembur Kerja*. Retrieved from nuhajat.wordpress.com: <https://nuhajat.wordpress.com/2016/03/17/jam-kerja-waktu-istirahat-kerja-dan-lembur-kerja/>
- Pahlevi. (2019, April 1). *Pengertian Gaji Menurut Para Ahli, Tujuan dan Fungsi Gaji*. Retrieved from Pahlevi.net: <https://www.pahlevi.net/pengertian-gaji/>
- Pahlevi. (2019, Juli 2). *Pengertian Struktur Organisasi, Fungsi, Jenis Struktur Organisasi*. Retrieved from Pahlevi.net: <https://www.pahlevi.net/pengertian-struktur-organisasi/>
- Phadila, A. (2019, Oktober 20). *Memahami Tentang Job Analysis, Job Description, Job Specification dan Job Design*. Retrieved from <https://aryephadila.wordpress.com/>: <https://aryephadila.wordpress.com/2019/10/20/memahami-tentang-job-analysis-job-description-job-specification-dan-job-design/>
- Riadi, M. (2013, September 27). *Pengertian, Klasifikasi dan Tingkatan Produk*. Retrieved from KajianPustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2013/09/pengertian-klasifikasi-dan-tingkatan.html>
- Riadi, M. (2016, Oktober 29). *Pengertian, Fungsi, Tujuan dan Jenis-jenis Kemasan*. Retrieved from KajianPustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>
- Setiawan, S. (2019, Juli 18). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Retrieved from gurupendidikan: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>

- Susanto, A., & Wijarnako, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta Selatan: Quantum Bisnis & MAnajemen.
- Wani, Y. A., Tanuwijata, L. K., & Arfiani, E. P. (2019). *Manajemen Operasional Penyelenggaraan Makanan Massal*. Malang: UB Press.
- Yusuf, M. (2015, Juli 2). *Pengertian Logo Menurut Para Ahli*. Retrieved from Sangdes: <https://www.sangdes.com/2015/02/tinjauan-umum-tentang-logo.html>