

**PERENCANAAN BISNIS HOME INDUSTRY
MAKANAN BEKU SIAP SAJI “NYONYAH.CO”**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

RIFA MEUTIA RAHMAN

Nomor Induk: 201823054

**JURUSAN HOSPITALITI
PROGRAM STUDI
MANAJEMEN TATA BOGA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2022

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

PERENCANAAN BISNIS *HOME INDUSTRY* MAKANAN BEKU SIAP SAJI "NYONYAH.CO"

NAMA : RIFA MEUTIA RAHMAN
NIM : 201823054
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA BOGA

Pembimbing Utama,



Mochamad Nurrochman, S.Sos., M.Pd.
NIP 19630302 199503 1 001

Pembimbing Pendamping,



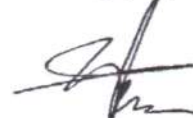
Mandradhitya Kusuma Putra,
S.ST.Par., M.Sc.
NIP 19851224 201101 1 010

Penguji I,



Dr. Sukmadi, S.E., M.M.
NIP 19700810 200605 1 001

Penguji II,



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

Bandung, 24 Mei 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.
19730723 199503 2 001

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

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rifa Meutia Rahman
Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 19 Juni 2000
NIM : 201823054
Program Studi : Manajemen Tata Boga
Jurusan : Perhotelan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul:
“PERENCANAAN BISNIS HOME INDUSTRY MAKANAN BEKU SIAP SAJI “NYONYAH.CO”” 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 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 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, 25 Maret 2022
Yang membuat pernyataan,



Rifa Meutia Rahman

NIM: 201823054

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat, rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“PERENCANAAN BISNIS *HOME INDUSTRY* MAKANAN BEKU SIAP SAJI “NYONYAH.CO” ”**.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma III Program Studi Manajemen Tata Boga di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Selama penulisan tugas akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom S.Sos, M.Sc. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par. Selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan Kerja Sama Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung
3. Ibu Dr. Lien Maulina, S.Sos., M.Pd., CHE Selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak R. Sondjana Ali Suganda, S.Sos., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Mochamad Nurrochman, S.Sos., M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, saran serta dukungan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir.

6. Bapak Mandradhitya Kusuma Putra, S.St.Par., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, saran serta dukungan kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir.
7. Seluruh Dosen, Staff Pengajar, dan Karyawan Program Studi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
8. Orang tua beserta keluarga tercinta yang senantiasa memberi dukungan dan doa kepada penulis.
9. Suami tercinta Lettu Czi M. Alam Palda, S.Tr.(Han) yang senantiasa memberi bantuan, dukungan dan doa kepada penulis.
10. Teman-teman prodi Manajemen Tata Boga Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung angkatan 2018.
11. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan dan peran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk tugas akhir ini.

Akhir kata penulis mengharapkasn tugas akhir ini dapat memberikan sumbangsih dan bermanfaat bagi penulis maupun para pembaca.

Bandung, 14 Februari 2022

Rifa Meutia Rahman

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN MAHASISWA	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
EXECUTIVE SUMMARY	xiv
BAB I DESKRIPSI BISNIS.....	1
2.1 Latar Belakang	1
2.2 Gambaran Umum Bisnis	7
1.2.1 Deskripsi Bisnis	7
1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama	8
1.2.3 Identitas Bisnis	11
1.3 Visi dan Misi	13
1.4 S.W.O.T Analysis	13
1.5 Sepsifikasi Produk/Jasa	18
1.6 Jenis Lembaga Usaha	18
1.7 Aspek Legalitas	20
BAB II ASPEK PRODUK	22
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk	22
2.2 Analisa Keunggulan Produk	25
2.3 Penentuan Kapasitas dan Rencana Produk	26
2.4 Penyajian dan Kemasan Produk	31
2.5 Mekanisme <i>Quality Check</i>	35
BAB III RENCANA PEMASARAN	39
3.1 Riset Pasar	39
3.2 Validasi Produk	41
3.3 Kompetitor	48
3.4 Program Pemasaran	49
3.5 Media Pemasaran	51
3.6 Proyeksi Penjualan	56

BAB IV ASPEK SDM DAN OPERATIONAL	58
4.1 Identitas Founder	58
4.2 Struktur Organisasi	59
4.3 <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	60
4.4 Anggaran Tenaga Kerja	62
4.5 <i>Service Scape</i>	63
4.6 Action Plan & Report	65
BAB V ASPEK KEUANGAN	66
5.1 Metode Pencatatan Akuntansi	66
5.2 Capital Expenditure	67
5.3 Pendanaan Investasi	70
5.4 Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	71
5.5 Identifikasi <i>Cash Flow & Outflow</i>	76
5.5.1 Operating Budget	76
5.5.2 Cash Flow Projection	80
5.5.3 Payback Period	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Varian <i>Nyonyah.co</i>	22
Tabel 2.2	Daftar Peralatan & Perlengkapan	26
Tabel 3.2	Daftar Pesaing <i>Nyonyah.co</i>	48
Tabel 3.3	Proyeksi Biaya Promosi	55
Tabel 3.4	Daftar Harga Menu <i>Nyonyah.co</i>	56
Tabel 3.5	Proyeksi Penjualan <i>Nyonyah.co</i>	57
Tabel 4.1	Tabel Deskripsi Pekerjaan Owner	61
Tabel 4.2	Tabel Spesifikasi dan Deskripsi Pekerjaan <i>Cook</i>	61
Tabel 4.3	Gaji Pokok <i>Nyonyah.co</i>	63
Tabel 4.4	<i>Action Plan & Report</i>	65
Tabel 5.1	Pencatatan Metode Basis Akrual	67
Tabel 5.2	Capital Expenditure <i>Nyonyah.co</i>	68
Tabel 5.3	Working Capital <i>Nyonyah.co</i>	70
Tabel 5.4	Biaya Tetap Tahunan <i>Nyonyah.co</i>	72
Tabel 5.5	Biaya Variabel Tahunan <i>Nyonyah.co</i>	72
Tabel 5.6	Proyeksi Penjualan Bulanan <i>Nyonyah.co</i>	74
Tabel 5.7	Operating Budget <i>Nyonyah.co</i>	77
Tabel 5.8	Operating Budget <i>Nyonyah.co</i> (Lanjutan)	78
Tabel 5.9	Operating Budget <i>Nyonyah.co</i> (Lanjutan)	79
Tabel 5.10	Operating Budget <i>Nyonyah.co</i> (Lanjutan)	80
Tabel 5.11	Cash Flow Projection <i>Nyonyah.co</i>	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Meren <i>Nyonyah.co</i>	10
Gambar 1.2	Peta Lokasi Bisnis	12
Gambar 1.3	SWOT Matrix Analysis	14
Gambar 1.4	Bussines Model Canvas	17
Gambar 2.1	Paru Balado	33
Gambar 2.2	Ayam Tangkap	34
Gambar 2.3	Ikan Suwir Khas Aceh	34
Gambar 2.4	Cumi-cumi Sambal Hijau	35
Gambar 3.1	Hasil Kuisisioner <i>Nyonyah.co</i>	42
Gambar 3.2	Hasil Kuisisioner <i>Nyonyah.co</i>	44
Gambar 3.3	Hasil Kuisisioner <i>Nyonyah.co</i> (Lanjutan)	45
Gambar 3.4	Hasil Kuisisioner <i>Nyonyah.co</i> (Lanjutan)	47
Gambar 3.5	Media Sosial <i>Nyonyah.co</i>	51
Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi	59

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : Nyonyah.co
Lokasi : Jl. Gudang Utara No.21, Kel. Merdeka, Kec. Sumur, Kota Bandung
Logo :



Kata Nyonyah diambil dari kata nyonya yang merupakan nama panggilan untuk wanita dalam bahasa Indonesia, dan pengarangnya sering disebut *Nyonyah* bersama teman-temannya (dengan akhiran huruf h, dimodifikasi agar sesuai dengan gaya anak muda). Co: Inc., dengan harapan bisnis ini akan sukses di masa yang akan datang. Motto dari Nyonyah.co adalah Masakan Andalan Keluarga.

Deskripsi Singkat:

Nyonyah.co merupakan perusahaan kuliner yang memproduksi makanan beku siap saji. Ada enam jenis produk yang ditawarkan, yaitu: Paru Balado, Dendeng Balado, Rendang, Ikan Parut Aceh, Cumi Sambel Hejo Asin dan Ayam Tangkap.

Nyonyah.co memiliki strategi penjualan dan sistem pengiriman secara online sehingga konsumen dapat memesan secara praktis dan tidak perlu datang ke suatu tempat secara langsung. Target pasar utama penjualan produk Nyonyah.co adalah seluruh lapisan masyarakat terutama pengguna aktif media sosial, namun tentunya kelompok pasar lain juga dapat menikmati produk Nyonyah.co.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyah, Abidatul, Muhammad Saifi, Dwiatmanto. (2015). *Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian Home Industry*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 23, No. 1, 1-11
- Ardianti, Putu Novia Hapsari, Putu Ayu Meidha Suwandewi, Dian Ayu Rahma Danini. (2020). *Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19*. Prosiding Webinar Nasional Perempuan/Ibu dalam Pemberdayaan Pandemi Covid-19, Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Badan Pusat Statistik. (2021, 02 Oktober). *Ekonomi Indonesia Triwulan III 2020 Tumbuh 5,05 Persen (q-to-q)*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/11/05/1738/ekonomi-indonesia-triwulan-iii-2020-tumbuh-5-05-persen--q-to-q-.html>
- Ball, Donald A dan Wendel H. Mc. Culloch. (2001). *Bisnis Internasional*, Salemba 4 : Jakarta
- Bank Indonesia. (2021). *Perkembangan Ekonomi Global*. Jakarta: Bank Indonesia
- Barry, Render dan Jay Heizer. (2001). *Prinsip-prinsip Manajemen Operasi : Operations Management*. Jakarta : Salemba Empat
- Berisatu.com, (2021, 02 Oktober). *Sektor Makanan dan Minuman Penyumbang PDB Industri Nonmigas Terbesar*. Retrieved from <https://www.berisatu.com/ekonomi/752649/sektor-makanan-dan-minuman-penyumbang-pdb-industri-nonmigas-terbesar>
- Blocher, Edward, J., Stout, David E. Cokins, Gary. (2013). *Manajemen Biaya: Penekanan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Brown, Danny & Fiorella, Sam. (2013). *Influence Marketing – How to create, manage, and measure brand influencers in social media maketing*, Que Publishing.
- Buffa, E & Sarin, R. (1996). *Manajemen Operasi dan Produksi Modern. Jilid 1 Edisi Kedelapan*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Carter, William K, Usry, Milton F. (2005). *Akuntansi Biaya*, buku 1 edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Chang, Hung-Hao et al. 2020. *COVID-19 and The Demand for Online Food Shopping Services: Empirical Evidence from Taiwan*. American Journal of Agricultural Economics.

- Chenarides, Lauren et al. 2020. *COVID-19 and Food Supply Chains*. Applied Economic Perspectives and Policy
- Dessler. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Human Resources, Jilid 2*. Jakarta: Prenhalindo
- Friedman, Jhon. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Blackwell. Cambridge
- Grenny Joseph, Patterson Kerry, Maxfield David, McMillan Ron, Switzler AL. (2013). *Influencer*. Dunamis Publishing
- Halim, Abdul. (2007). *Akuntansi Keuangan Menengah (Intermediate Accounting) Ringkasan Teori, Soal Jawab, dan Latihan Mandiri, Buku 2*. Yogyakarta: BPFE
- Handoko, T Hani. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hapsari, Pradnya Paramita, Abdul Hakim, Sales Soeaidy. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu), *Wacana* Vol. 17, No. 2, 88-96
- Hasibuan, Malayu. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi Cetakan Kelima belas*. Jakarta:PT. Bumi Aksara.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)*. Jakarta: Salemba Empat
- Indriana, Dian. 2011. *Ragam Alat Bantu Pengajaran, cet pertama*. Jogjakarta: DIVA Press
- Ismiati, Ninik. (2000). *Slogan dan Tagline Senjata Pamungkas Iklan*. Jakarta: Cakram Komunikasi
- Ismoyowati, Dyah. 2015. *Halal Food Marketing: A Case Study on Consumer Behavior of Chicken-based Processed Food Consumption in Central Part of Java, Indonesia*. *Agriculture and Agricultural Science Procedia* Vol. 3: hal 169-172
- Jumingan. 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Kasali, Rhenald., (1998). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta : Gramedia Pustaka
- Kasmir. (2012). *Kewirausahaan*. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada

- Kemenkeu.go.id. (2021, 02 Oktober) UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Kemenkopukm. (2021, 02 Oktober). Kemenkopukm Susun 6 Indikator Strategis Adaptasi dan Transformasi KUMKM. Retrieved from <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkopukm-susun-6-indikator-strategis-adaptasi-dan-transformasi-kumkm>
- Kotler, 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium Satu*. Jakarta : Prenhalindo.
- Kotler, P & Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Edisi ketiga belas*. Jakarta : Erlangga
- Kusrianto, Adi. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta:Andi
- Lovell, R.D. 2011. *Product Attributes and Customers Re-purchase Decision on Frozen Ready to Eat Meals*. AU Journal of Management Vol. 9 (1): hal 23-32
- Lovelock,Wirtz dan Mussry. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, dan Strategi (Perspektif Indonesia) Jilid Kedua Edisi Ketujuh*. Jakarta: Erlangga
- Mangisah, Istna dkk. 2020. *Pengembangan Usaha Peternakan Bebek dan Bandeng melalui Diversifikasi Produk Olahan Beku di Era New Normal di Kabupaten Kendal*. Jurnal DIANMAS Vol. 9 (1).
- Moehariono. (2014). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Mursiha. (2009). *Pengaruh Servicescape dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri di Surabaya*. No. 110/DIKTI/Kep/2009.
- Nguyen, Thu Ha et al. 2014. *Factors that Influence Customer Purchasing Decisions of Private Label Food Products*
- Nurani, Siti Rani. (2015). *Peranan Riset Pasar dan Desain Produk terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Wajan*, Jurnal Ekonologi Vol. 2 No. 2, 1-4
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Satu, Edisi Keduabelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Prastiwi, W.D. dkk. 2017. *Preferensi dan Presepsi Konsumsi Produk Nugget sebagai Alternatif Konsumsi Daging Ayam pada Masyarakat di Kecamatan Secang Kabupaten Magelang*. Agromedia Vol. 35 (1)

- Rangkuty, Freddy. (2006). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P*, Erlangga, Jakarta.
- Robinson, Pearce. (1997). Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Binarupa Aksara
- Rosmadi, Maskarto Lucky Nara. (2021). *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*, Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, Vol. 4 No. 1, 122-126
- S. Munawir. (2002). Akuntansi Keuangan Dan Manajemen, edisi perwma, eetakan periana. Yogyakarta: BPF-ARTA
- Samsuddin, Lukman. (2007). Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Santoso, Imam dkk. 2018. *Keakraban Produk dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, dan Lingkungan Sosial*. Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen Vol. 11 (2): hal 133-144.
- Sitanggang, Febriani, Purwaka Hari Prihanto, Etik Umiyati. (2019). *Pengaruh Industri Kecil terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jambi*, E-Journal Perdagangan Industri dan Moneter Vol. 7, No. 3, 147-160
- Sondang P. Siagian. (2003). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Suwardikun, w, didit. (2000). Merubah citra melalui perubahan logo. Bandung: ITB Library
- T Prasetyo Hadi Atmoko, *Peningkatan Higiene Sanitasi sebagai Upaya Menjaga Kualitas Makanan dan Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Dhamar Palembang*, Jurnal Khasanah Ilmu Vol. 8, No. 1, 2017, 1-9
- Tarmizi, Erwandi. (2019). *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT Berkat Mulia Insani.
- Taufik, & Ayuningtyas, E. A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis dan Eksistensi Platform Online. Jurnal Pengembangan Wiraswasta, 22(1), 21-32
- Todaro, Michael P. (1998). *Pembangunan Ekonomi di dunia ketiga*. Jakarta: Erlangga
- William J. Stanton. (1996). *Prinsip Pemasaran Jilid Satu, Edisi Ketujuh*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Wulandari, Firnanda Dita, Kalsum, Umi dan Ubaidillah. (2018) Analisis Perlakuan Akuntansi Capital Expenditure Dan Revenue Expenditure Menurut Psak No. 16 Pada PT Johan Pratama, Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwihjaya Vol. 16 No. 4

Yamit, Zulian. (2011). *Manajemen Produksi & Operasi*. Yogyakarta: Ekonisia.