

Abstrak

Pada zaman ini banyak masyarakat yang telah menderita penyakit maag. Penyakit ini sendiri tidak mengenal usia sehingga siapa pun bisa mengalaminya yang diakibatkan kebiasaan yang buruk. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa banyak orang yang jarang membawa bekal pribadi atau untuk anak. Penelitian ini sendiri telah dilakukan guna untuk menemukan latar belakang dalam menjalankan sebuah bisnis yang dapat menjadi solusi tersebut. Bisnis ini sendiri dijalankan dengan target pasar yang dituju untuk mahasiswa dan orang yang bekerja seperti pegawai kantor. Kota Bandung sendiri dikenal sebagai kota kuliner yang dapat dilihat dari banyaknya tempat kuliner yang terdapat di kota ini. Sebagai kota kuliner yang dikenal semakin mendorong perkembangan bisnis kuliner yang berada di Kota Bandung ini. Untuk bisnis kuliner sendiri strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode *segmenting, targeting, dan positioning*. Setelah menggunakan metode tersebut dapat diketahui hasil dari strategi pemasaran yang akan digunakan. Berdasarkan strategi pemasaran yang telah dilakukan, proses produksi selanjutnya dalam bisnis ini dapat diketahui dari *Blue Print* yang telah dibuat. Kemudian dari hasil proses produksi tersebut, tahap selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mengetahui bagaimana SOP yang dijalankan dalam bisnis ini. Tahap yang terakhir terdapat dalam laporan keuangan yang sesuai dengan jalannya bisnis ini. Dari tahap – tahap tersebut, kemudian akan diketahui hasil penelitian apa saja yang dibutuhkan dalam bisnis ini.

Abstract

At this time many people who have suffered from ulcer disease. This disease itself does not know the age so that anyone can experience it caused by bad habits. Based on surveys that have been done, it can be seen that many people who rarely bring personal supplies or for children. This research itself has been done in order to find the background in running a business that can be the solution. The business itself is run with a target market intended for students and people who work like office employees. Bandung city itself is known as a culinary city that can be seen from the many culinary places that come in this city. As a culinary city that is known to encourage the development of culinary business located in this city of Bandung. For your own culinary business marketing strategy that can be done is to use the method of segmenting, targeting, and positioning. After using the method can know the results of marketing strategy that will be used. Based on the marketing strategy that has been done, the next production process in this business can be known from the Blue Print that has been made. Then from the results of the production process, the next stage that needs to be done is to know how SOPs are run in this business. The final stage is contained in the financial statements that correspond to this business. From these stages, then will be known what research results are needed in this business.

Daftar Isi

Cover	i
Abstrak	ii
Pernyataan Keaslian Surat.....	iv
Surat Pengesahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xi – xii
Bab I Ringkasan Eksekutif	
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1 – 4
1.2 Deskripsi Bisnis.....	4 – 5
Bab II Analisis Peluang Bisnis dan Ide Produk	
2.1 Area Ketertarikan	6 – 9
2.2 Decision Matrix Analysis	10 – 12
2.3 Analisis Perbandingan Berpasangan dan Skor Akhir.....	13 – 15
2.4 Five Question	15 – 36
Bab III Aspek Pemasaran	
3.1 Strategi Pemasaran	37 – 47
3.2 Bauran Pemasaran	47 – 50
3.3 Perkiraan Penjualan.....	50 – 61
Bab IV Aspek Operasional	
4.1 Peralatan dan Kapasitas Produksi.....	62 – 73
4.2 Proses Produksi	73 – 75
4.3 Lokasi dan Tata Letak (Layout)	75 – 77

Bab V Aspek Sumber Daya Insani dan Manajemen

5.1 Struktur Organisasi.....	78 – 80
5.1.1 Deskripsi Pekerjaan.....	80 – 82
5.1.2 Spesifikasi Pekerjaan.....	82 – 84
5.1.3 Rekrutmen	85
5.1.4 Seleksi	86 – 87
5.1.5 Pelatihan	87 – 88
5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi	88 – 93
5.3 Standard Operating Procedure.....	93 – 102

Bab VI Aspek Keuangan

6.1 Kebutuhan Dana	103 – 106
6.2 Sumber Dana	107
6.3 Proyeksi Neraca.....	107
6.4 Proyeksi Laba Rugi	108 – 113
6.5 Penilaian Kelayakan Investasi.....	113 – 115
Daftar Pustaka.....	116 – 118
Lampiran	119 – 128

Daftar Gambar

Gambar 1.2.1 Logo	5
Gambar 6.0 Blueprint Proses Produksi	75
Gambar 6.1 Layout Proses Produksi	77
Gambar 6.2 Struktur Organisasi.....	80



Daftar Tabel

Tabel 2.1.1 Area Ketertarikan.....	6 – 7
Tabel 2.2.1 Decision Matrix Analysis.....	10 – 11
Tabel 2.3.1 Analisis Perbandingan Berpasangan.....	13 – 14
Tabel 2.3.2 Skor Akhir.....	14 – 15
Tabel 2.4.1 SWOT	34 – 36
Tabel 3.1.1 Similar Group of Segmen	42
Tabel 3.3.1 Perkiraan Penjualan tahun ke – 1	51 – 53
Tabel 3.3.2 Perkiraan Penjualan tahun ke – 2	55 – 57
Tabel 3.3.3 Perkiraan Penjualan tahun ke – 3	58 – 60
Tabel 4.1.1 Peralatan Produksi.....	62 – 67
Tabel 4.1.2 Perlengkapan Produksi.....	68 – 72
Tabel 4.1.3 Bahan Baku.....	72 – 73
Tabel 5.1.1 Deskripsi Pekerjaan.....	81 – 82
Tabel 5.2.1 Waktu Kerja Manajer.....	88 – 89
Tabel 5.2.2 Waktu Kerja Bagian Keuangan.....	89 – 90
Tabel 5.2.3 Waktu Kerja Bagian Produksi.....	90
Tabel 5.2.4 Waktu Kerja Bagian Pemasaran	91
Tabel 5.2.5 Kompensasi.....	92
Tabel 5.3.1 Standar Operasi Pemesanan Bahan Baku	95
Tabel 5.3.2 Standar Operasi Peralatan dan Perlengkapan.....	96
Tabel 5.3.3 Standar Operasi Penyajian Produk.....	96 – 97
Tabel 5.3.4 Standar Operasi Pemesanan Konsumen.....	97
Tabel 5.3.5 Standar Operasi Keluhan Konsumen	98
Tabel 5.3.6 Standar Operasi Kedisiplinan Karyawan	99 – 100

Tabel 5.3.7 Standar Operasi Peralatan Produksi	100
Tabel 5.3.8 Standar Operasi Perlengkapan Produksi	101
Tabel 5.3.9 Standar Operasi Kemasan	101
Tabel 5.3.10 Standar Operasi Bahan Baku <i>Rice Ball</i>	102
Tabel 6.1.1 Biaya Perlengkapan dan Peralatan Produksi.....	103 – 105
Tabel 6.1.2 Kebutuhan Dana Bahan Baku	105
Tabel 6.1.3 Perhitungan Penyusutan.....	106
Tabel 6.3.1 Neraca Awal.....	107
Tabel 6.4.1 Proyeksi Laba Rugi tahun ke – 1	108 – 109
Tabel 6.4.2 Proyeksi Laba Rugi tahun ke – 2	110 – 111
Tabel 6.4.3 Proyeksi Laba Rugi tahun ke – 3	112 – 113
Tabel 6.5.1 Perhitungan NPV	114
Tabel 6.5.2 Perhitungan Payback Period	114

