

ABSTRAK

Mark As Cookie Shots adalah perusahaan perorangan yang bergerak dalam industri kuliner makanan dan minuman yang berlokasi di Paris Van Java, Bandung, Jawa Barat. *Mark As Cookie Shots* menawarkan konsep bisnis: konsumen dapat meminum susu dan memakan kue dalam waktu yang bersamaan dengan rasa susu dan *topping* yang beragam. Perkembangan bisnis kuliner di Bandung yang menjanjikan walaupun terdapat banyak pesaing akan tetapi belum jenuh apabila terdapat produk yang unik dan kreatif, *brand* kota Bandung sebagai kota kuliner dan dukungan Kementerian Pariwisata (Kemenpar) menetapkan Bandung menjadi tiga destinasi kuliner. Target konsumen dari *Mark As Cookie Shots* adalah usia 6 – 45 tahun dan tidak menutup kemungkinan di luar range akan menjadi konsumen *cookie shots* dan wisatawan yang berkunjung ke Bandung pada saat libur dan *weekend*. Alasan penulis memilih menu *Cookie Shots* karena ingin mengenalkan produk *Cookie Shots* yang umumnya hanya di produksi di Amerika dan ingin menawarkan produk makanan dan minuman yang berbeda dengan pesaing lainnya. *Mark As Cookie Shots* melakukan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial seperti: *Instagram*, *Facebook* dan *Twitter* dan bekerja sama dengan aplikasi ojek online: *Gojek* dan *Grab*, *Line*, *WhatsApp*, maupun SMS dan promosi melalui radio Prambors untuk momen tertentu. Investasi *Mark As Cookie Shots* layak karena *Net Present Value* Rp. 882.606.557 > 0, layak karena *Profitability Index* 10,13 > 1, layak karena *Pay Back Period* 1 tahun 1 bulan < *Pay Back Period* yang telah di syaratkan 3 tahun, layak karena *Internal Rate of Return* 200,60% > *Internal Rate of Return* yang telah di syaratkan 7%.

Kata kunci: industri kuliner, *Cookie Shots*, *Mark As Cookie Shots*, kota Bandung

ABSTRACT

Mark As Cookie Shots is an individual company engaged in the food and beverage culinary industry located in Paris Van Java, Bandung, West Java. Mark As Cookie Shots offers a business concept: consumers can drink milk and eat cakes at the same time as a variety of milk and toppings. The development of the culinary business in Bandung is promising even though there are many competitors but it is not saturated if there are unique and creative products, the Bandung city brand as a culinary city and support of the Ministry of Tourism (Kemenpar) sets Bandung into three culinary destinations. The target consumers of Mark As Cookie Shots are ages 6 - 45 years and do not rule out the possibility of being consumers of cookie shots and tourists visiting Bandung on holidays and weekends. The reason the author chose the Cookie Shots menu was because he wanted to introduce Cookie Shots products which are generally only produced in America and want to offer food and beverage products that are different from other competitors. Mark As Cookie Shots conducts marketing by utilizing social media such as: Instagram, Facebook and Twitter and cooperates with online motorcycle taxi applications: Gojek and Grab, Line, WhatsApp, and SMS and promotions via Prambors radio for certain moments. The Mark As Cookie Shots investment is feasible because of the Net Present Value of Rp. 882.606.557 > 0, feasible because the Profitability Index 10.13 > 1 is feasible because the Pay Back Period 1 year 1 month < Pay Back Period which has been required 3 years, is feasible because of the Internal Rate of Return 200.60% > Internal Rate of Returns that are already set at 7%.

Keywords: culinary industry, Cookie Shots, Mark As Cookie Shots, Bandung city

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2 Deskripsi Bisnis	5
BAB II	8
2.1. Area Ketertarikan	8
2.2. <i>Decision Matrix Analysis (DMA)</i>	14
2.3. <i>Paired Comparison Analysis (PCA)</i>	16
2.4. <i>Five Question (5Q)</i>	19
BAB III	36
3.1 Aspek Pemasaran	36
3.1.1. Segmentasi Pasar	37
3.1.2. <i>Targetting</i>	43
3.1.3. <i>Positioning</i>	45
3.2 Bauran Pemasaran	46
3.1.1. <i>Product</i> (produk)	46
3.1.2. <i>Price</i> (harga)	47
3.1.3. <i>Place</i> (saluran distribusi)	50
3.1.4. <i>Promotion</i> (promosi)	50
3.1.5. <i>People</i> (orang)	51
3.1.6. <i>Physical Evidence</i> (bukti fisik)	51
3.1.7. <i>Process</i> (proses)	52
3.3 Perkiraan Penjualan	52
BAB IV	66
4.1. Peralatan dan Kapasitas Produksi / Operasi	66
4.1.1. Bahan Baku dan Kemasan Produk	66
4.1.2. Peralatan Produksi	69
4.2 Kapasitas Produksi	86
4.3 Proses Produksi (Operasi)	90
4.4 Lokasi dan Tata Letak (<i>Lay Out</i>)	92
BAB V	95
5.1 Struktur Organisasi	95
5.1.1 Analisis Pekerjaan	96
5.1.2 Deskripsi Pekerjaan (<i>job description</i>)	96
5.1.3 Spesifikasi pekerjaan (<i>job specification</i>)	98
5.1.4 Rekrutmen	100
5.1.5 Seleksi	101
5.1.6 Gaji Karyawan	102

5.2 Pembukaan dan Penutupan Gerai	103
5.3 <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	104
5.3.1. SOP Pembuatan Produk <i>Cookie Shots</i>	104
5.3.2. SOP Penerimaan dan Pelayanan Pelanggan	106
5.3.3. SOP Transaksi dengan Konsumen	106
5.3.4. SOP Menerima dan Menyelesaikan Keluhan Konsumen	107
5.3.5. SOP Pembersihan Peralatan	107
5.3.6. SOP Membersihkan Ruang Gerai	108
5.3.7. SOP Pembuatan Anggaran dan <i>Cash Flow</i>	108
5.3.8. SOP Penyusunan dan Pengajuan Laporan kepada Atasan	109
5.3.9. SOP Perpindahan <i>Shift</i> Karyawan	110
BAB VI	111
6.1. Kebutuhan Dana	111
6.1.1. Aktiva Tetap	111
6.1.2. Modal Kerja	112
6.3. Proyeksi Neraca	123
6.4. Proyeksi Laba Rugi	124
6.5. Proyeksi Arus Kas	131
6.6. Penilaian Kelayakan Investasi	141
6.6.1. <i>Net Present Value (NPV)</i>	141
6.6.2. <i>Profitability Index (PI)</i> atau <i>Benefit Cost Ratio (BCR)</i>	142
6.6.3. <i>Pay Back Period (PBP)</i>	143
6.6.4. <i>Internal Rate of Return (IRR)</i>	145
DAFTAR PUSTAKA	147
CURRICULUM VITAE	155



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1	Ilustrasi <i>Cookie Shots</i> 2
Gambar 1.2	Logo <i>Mark As Cookie Shots</i> 6
Gambar 2.1	Pengetahuan responden terhadap <i>Cookie Shots</i> 32
Gambar 2.2	Ketertarikan responden terhadap <i>Cookie Shots</i> 32
Gambar 3.1	Produk <i>Cookie Shots</i> 47
Gambar 4.1	Diagram Alir Proses Produksi 90
Gambar 4.2	<i>Lay Out</i> Gerai <i>Cookie Shots Mark As</i> Tampak Depan 93
Gambar 4.3	<i>Lay Out</i> Gerai <i>Cookie Shots Mark As</i> Tampak Samping 93
Gambar 4.4	<i>Lay Out</i> Gerai <i>Cookie Shots Mark As</i> Tampak Atas 94
Gambar 5.1	Bagan Organisasi <i>Mark As Cookie Shots</i> 95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Area Ketertarikan.....	9
Tabel 2.2 <i>Desicion Making Analysis</i> (DMA).....	14
Tabel 2.3 <i>Paired Comparison Analysis</i> (PCA).....	17
Tabel 2.4 Skor Akhir Matriks Keputusan Dan Perbandingan Berpasangan.....	18
Tabel 2.5 Strategi SWOT.....	34
Tabel 3.1 Harga Jual Produk <i>Cookie Shots Mark As</i>	49
Tabel 3.2 Target Penjualan <i>Cookie Shots</i>	53
Tabel 3.3 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Januari 2019 Hingga Juni 2019.....	54
Tabel 3.4 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Juli 2019 Hingga Desember 2019.....	56
Tabel 3.5 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Januari 2020 Hingga Juni 2020.....	58
Tabel 3.6 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Juli 2020 Hingga Desember 2020.....	60
Tabel 3.7 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Januari 2021 Hingga Juni 2021.....	62
Tabel 3.8 Tabel Perkiraan Penjualan Bulan Juli 2021 Hingga Desember 2021.....	64
Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku <i>Cookie Shots Large</i>	66
Tabel 4.2 Biaya Bahan Baku <i>Cookie Shots Regular</i>	67
Tabel 4.3 Biaya Kemasan Produk.....	68
Tabel 4.4 Biaya Peralatan Produksi (Dalam Rupiah)	69
Tabel 4.5 Kapasitas Produksi Tahun 2019.....	87
Tabel 4.6 Kapasitas Produksi Tahun 2020.....	88
Tabel 4.7 Kapasitas Produksi Tahun 2021.....	89
Tabel 5.1 Jadwal Pembukaan Dan Penutupan Gerai	103
Tabel 6.1 Aktiva Tetap.....	111
Tabel 6.2 Biaya Kemasan Produk Tahun 2019.....	113
Tabel 6.3 Biaya Kemasan Produk Tahun 2020.....	113
Tabel 6.4 Biaya Kemasan Produk Tahun 2021.....	114
Tabel 6.5 Biaya Bahan Baku <i>Cookie Shots Large</i>	114
Tabel 6.6 Biaya Bahan Baku <i>Cookie Shots Regular</i>	116
Tabel 6.7 Harga Jual Produk <i>Cookie Shots Mark As</i> Tahun 2019.....	117
Tabel 6.8 Harga Jual Produk <i>Cookie Shots Mark As</i> Tahun 2020.....	118
Tabel 6.9 Harga Jual Produk <i>Cookie Shots Mark As</i> Tahun 2021.....	119
Tabel 6.10 Investasi Awal.....	120
Tabel 6.11 Proyeksi Neraca Akhir Periode Tahun 2019.....	123
Tabel 6.12 Laporan Laba Rugi Tahun 2019	125
Tabel 6.13 Laporan Laba Rugi Tahun 2020	127
Tabel 6.14 Laporan Laba Rugi Tahun 2021	129
Tabel 6.15 Arus Kas Masuk Per Tahun (<i>Cash Inflow</i>).....	131
Tabel 6.16 Arus Kas Tahun 2019	132
Tabel 6.17 Arus Kas Tahun 2020	135
Tabel 6.18 Arus Kas Tahun 2021	138
Tabel 6.19 Perhitungan <i>Net Present Value</i>	141
Tabel 6.20 Perhitungan <i>Profitability Index</i> (PI).....	143
Tabel 6.21 Perhitungan <i>Payback Period</i>	144
Tabel 6.22 Perhitungan IRR Dengan NPV Positif.....	145
Tabel 6.23 Perhitungan IRR Dengan NPV Negatif.....	145