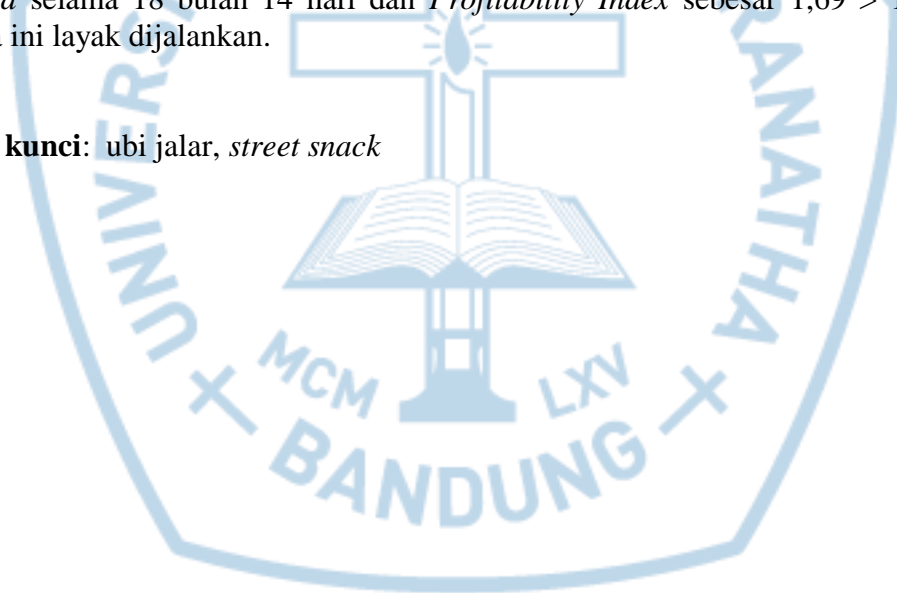


ABSTRAK

Street snack di kota Bandung dengan bahan dasar ubi masih sangat jarang ditemui. Penulis mempunyai ide untuk melestarikan makanan tradisional tersebut dengan cara membuat kedai *street snack*. Chao Hongshu menyediakan olahan ubi jalar yang digoreng dan dibubuhi dengan variasi *topping* sesuai dengan selera konsumen. Penggunaan bahasa Mandarin dikarenakan rata-rata *street snack* sejenis ini berasal dari negara Taiwan yang menggunakan bahasa Mandarin sebagai bahasa sehari-hari. Penulis juga menerapkan motto yaitu “*Food is cheaper than therapy*” karena penulis percaya kesehatan semua berawal dari pola makan dan makanan yang dikonsumsi. Fokus utama penjualan produk ini adalah untuk semua kalangan yaitu dari usia 5 hingga >50 tahun karena jaman sekarang yang usia >50 tahun pun menggunakan media sosial sebagai sumber informasi mereka. Sistem penjualan sekaligus promosi Chao Hongshu saat ini menggunakan instagram (media sosial) berdasarkan sistem *Pre-Order* atau *Order* langsung juga bisa. Penilaian kelayakan investasi Chao Hongshu dilakukan dengan melakukan perhitungan *Net Present Value*, *Payback Period* dan *Profitability Index*. Hasil perhitungan *Net Present Value* dengan *discount factor* 11% sebesar Rp 6.036.594,4. Oleh karena nilai *Net Present Value* sebesar Rp6.036.594,4, *Payback Period* selama 18 bulan 14 hari dan *Profitability Index* sebesar 1,69 > 1 maka usaha ini layak dijalankan.

Kata kunci: ubi jalar, *street snack*



ABSTRACT

Street snacks in Bandung with basic ingredients of sweet potatoes are still very rare. The author has the idea to preserve these traditional foods by making street snack shops. Chao Hongshu provides processed sweet potatoes that are fried and spiked with variations of toppings according to consumer tastes. The use of Mandarin is because the average street snack of this type comes from Taiwan that uses Chinese as a daily language. The author also applies the motto, "Food is cheaper than therapy" because the authors believe that all health starts with diet and food consumed. The main focus of selling this product is for all people, from the age of 5 years to >50 years because today the age of >50 years uses social media as their source of information. Chao Hongshu's sales and promotion system currently uses Instagram (social media) based on the Pre-Order or Direct Order system. An assessment of the investment feasibility of Chao Hongshu is done by calculating the Net Present Value, Payback Period and Profitability Index. The results of calculating the Net Present Value with a discount factor of 11% amounting to Rp6.036.594,4. Because the value of the Net Present Value is Rp6.036.594,4, the 18-month Payback Period is 14 days and the Profitability Index is $1.69 > 1$, this business is feasible.

Keywords: *sweet potatoes, street snacks*



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia)	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris)	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
1.1 Deskripsi Konsep Bisnis	1
1.2 Deskripsi Bisnis	2
1.2.1 Logo	3
1.2.2 Visi	3
1.2.3 Misi	3
1.2.4 Tujuan dan Nilai	4
BAB II ANALISIS PELUANG BISNIS DAN IDE PRODUK	5
2.1 Analisis Peluang	5
2.2 Analisis Ide Produk dan Pasar	12
2.3 Analisis SWOT	19
2.3.1 Faktor Internal (<i>SWOT Analysis</i>)	19
2.3.2 Faktor Eksternal	20
BAB III ASPEK PEMASARAN	23
3.1 Strategi Pemasaran	23
3.1.1 <i>Segmenting</i>	23
3.1.1.1 Segmentasi Pasar berdasarkan Geografi	23
3.1.1.2 Segmentasi Pasar Berdasarkan Demografi	24
3.1.1.3 Segmentasi Pasar Berdasarkan Psikografi	25
3.1.2 <i>Targeting</i>	26
3.1.3 <i>Positioning</i>	26
3.2 Bauran Pemasaran	28
3.2.1 Produk	28
3.2.2 Harga yang Ditawarkan (<i>Price</i>)	30
3.2.3 Saluran Distribusi	31
3.2.4 Promosi Penjualan	31
3.3 Perkiraan Penjualan	37
BAB IV ASPEK OPERASIONAL	39
4.1 Peralatan Produksi	39
4.2 Proses Memasak dan Kapasitas Produksi	42

4.2.1 Alur Proses Operasi	45
4.3 Lokasi dan Tata Letak (<i>Layout</i>)	46
4.3.1 Lokasi	46
4.3.2 Tata Letak (<i>Layout</i>)	47
BAB V ASPEK SUMBER DAYA INSANI DAN MANAJEMEN	49
5.1 Struktur Organisasi	49
5.1.1 <i>Job Description</i>	50
5.1.1.1 <i>Owner</i>	50
5.1.1.2 <i>Kasir</i>	51
5.1.1.3 <i>Chef</i>	51
5.1.1.4 <i>Karyawan</i>	51
5.1.2 <i>Job Specification</i>	52
5.1.3 Rekrutmen	53
5.1.3.1 <i>Seleksi</i>	54
5.2 Waktu Kerja dan Kompensasi	55
5.3 <i>Standard Operating Procedure (SOP)</i>	60
BAB VI ASPEK KEUANGAN	64
6.1 Kebutuhan Dana	64
6.2 Kebutuhan Sumber Dana	69
6.3 Proyeksi Neraca	69
6.4 Proyeksi Laba-Rugi	71
6.5 Proyeksi Arus Kas	73
6.6 Penilaian Kelayakan Investasi	74
6.6.1 <i>Net Present Value (NPV)</i>	74
6.6.2 <i>Payback Period</i>	74
6.6.3 <i>Profitability Index</i>	75
DAFTAR PUSTAKA	77
<i>CURRICULUM VITAE</i>	79

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.1	Logo Chao Hongshu	3
Gambar 2.1	Grafik Jumlah Wisatawan Bandung dari Tahun 2015-1017	5
Gambar 2.2	Grafik Data Hasil Responden	8
Gambar 2.3	<i>Booth</i> Chao Hongshu	9
Gambar 2.4	Ubi yang Digunakan Oleh Chao Hongshu Adalah Ubi Jalar Sebelum Jadi Ubi Goreng	10
Gambar 2.5	Media Sosial yang Digunakan Sebagai Tempat Promosi dan Berjualan Chao Hongshu	11
Gambar 2.6	Data Hasil Responden yang Menyukai Ubi Goreng Manis	16
Gambar 2.7	Data Hasil Responden Favorit <i>Topping</i>	16
Gambar 2.8	Testimoni Konsumen	17
Gambar 2.9	Contoh Ubi Goreng Manis Dengan <i>Extra Topping</i> yaitu Bumbu Bubuk	18
Gambar 2.10	Kemasan Chao Hongshu	18
Gambar 3.1	Ubi Goreng Manis	29
Gambar 3.2	Macam-macam <i>Topping</i> yang Digunakan oleh Chao Hongshu	29
Gambar 3.3	Salah Satu Bentuk Promosi yang Dilakukan oleh Chao Hongshu Yaitu <i>Giveaway</i>	34
Gambar 3.4	Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Sekaligus Penjualan Chao Hongshu	35
Gambar 3.5	<i>Booth</i> Chao Hongshu	36
Gambar 3.6	<i>Banner</i> Chao Hongshu	36
Gambar 3.7	Daftar Menu Chao Hongshu	37
Gambar 4.1	<i>Process Chart</i>	44
Gambar 4.2	Alur Operasi Chao Hongshu	45
Gambar 4.3	Lokasi Chao Hongshu dari Peta	46
Gambar 4.4	<i>Layout</i> Dapur Chao Hongshu	47
Gambar 4.5	<i>Layout</i> Ruang Konsumen Chao Hongshu	48
Gambar 4.6	<i>Booth</i> Chao Hongshu	48
Gambar 5.1	Struktur Organisasi Chao Hongshu	49
Gambar 5.2	Bagan Proses Seleksi	54
Gambar 5.3	SOP Proses Produksi dan Proses Pembayaran	62
Gambar 5.4	SOP Proses Membersihkan Dapur	63
Gambar 5.5	SOP Proses Pengiriman Barang	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Matrix SWOT 21
Tabel 3.1	Daftar Harga Produk Chao Hongshu 30
Tabel 3.2	Perkiraan Penjualan 38
Tabel 4.1	Peralatan 39
Tabel 4.2	Proses Memasak dan Kapasitas Produksi atau Operasi Chao Hongshu 43
Tabel 5.1	Pembagian Waktu Kerja 55
Tabel 5.2	Waktu Kerja Chao Hongshu Hari Senin-Jumat 56
Tabel 5.3	Waktu Kerja Chao Hongshu Hari Sabtu 58
Tabel 5.4	Kompensasi 60
Tabel 6.1	Biaya Bahan Baku (Ubi Goreng + Ceres) 65
Tabel 6.2	Biaya Bahan Baku (Ubi Goreng + Nutella) 65
Tabel 6.3	Biaya Bahan Baku (Ubi Goreng + Ovomaltine) 66
Tabel 6.4	Biaya Bahan Baku (Ubi Goreng + Keju) 66
Tabel 6.5	Biaya Bahan Baku (Ubi Goreng + Susu Kental Manis) 67
Tabel 6.6	Biaya Peralatan 67
Tabel 6.7	Biaya Perlengkapan 68
Tabel 6.8	Biaya Sewa 68
Tabel 6.9	Neraca Awal 69
Tabel 6.10	Perincian HPP 71
Tabel 6.11	Laporan Laba/ Rugi 72
Tabel 6.12	Laporan Arus Kas 73
Tabel 6.13	<i>Net Present Value</i> 74