

**“Perencanaan Bisnis *Porcine Lab*: Strategi Pengembangan Kuliner
Burger Berbasis *Customer Experience*”**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Sergio Gallantry

(1211001057)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sergio Gallantry

NIM 1211001057

Tanda Tangan : 

Tanggal : 17 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sergio Gallantry
NIM : 1211001057
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Perencanaan Bisnis *Porcine Lab*: Strategi Pengembangan Kuliner Burger Berbasis *Customer Experience*

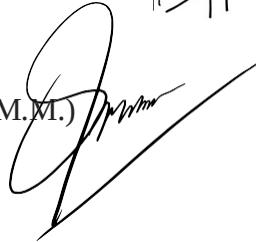
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

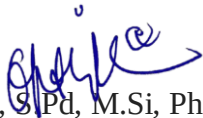
Pembimbing : (Raden Aryo Febrian, SE, MM)



Penguji 1 : (Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M.)



Penguji 2 : (Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D)



Ditetapkan di Jakarta,

Tanggal : 17 September 2026

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Perencanaan Bisnis *Porcine Lab*: Strategi Pengembangan Kuliner Burger Berbasis *Customer Experience*” dapat diselesaikan dengan baik. Penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai dan memberikan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan perjalanan ini. Terima kasih karena selalu memberikan harapan dan mujizat di waktu yang tepat di tengah keputusasaan penulis.
2. Bapak Raden Aryo Febrian, SE, MM, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, ilmu, kesabaran serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Syahrul Effendi, S.E., M.M., selaku dosen penguji I yang telah memberikan kritik, saran, dan evaluasi yang membangun selama proses penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Ovalia, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan, masukan, dan perspektif yang berharga untuk membantu penulis menyempurnakan Tugas Akhir ini.
5. Teruntuk Ibu saya yang telah mendukung saya selama ini, dari awal masuk kuliah hingga menyelesaikan kuliah
6. Begitu juga penulis berterimakasih yang tak terhingga kepada teman – teman core saya yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat serta kasih sayang yang tiada henti.
7. Seluruh dosen pengajar di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie Jakarta.

8. Pamanku yaitu Chandra yang bukan hanya menjadi partner dalam perjuangan menyusun tugas akhir ini, tetapi juga teman yang selalu ada, memberikan semangat dan kebersamaan yang berharga semasa perkuliahan ini.
9. Tidak lupa juga khusus kepada sahabat terbaik saya Albert yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta menjadi tempat berbagi suka dan duka selama ini selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dan memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini, meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, tentu masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga karya ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 17 September 2026



Sergio Gallantry

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sergio Gallantry

NIM 1211001057

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Perencanaan Bisnis Porcine Lab: Strategi Pengembangan Kuliner
Burger Berbasis *Customer Experience*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Fee Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Perencanaan Bisnis Porcine Lab: Strategi Pengembangan Kuliner Burger
Berbasis *Customer Experience***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 17 September 2026

Yang menyatakan



(Sergio Gallantry)

“Perencanaan Bisnis *Porcine Lab*: Strategi Pengembangan Kuliner Burger Berbasis *Customer Experience*”

Sergio Gallantry

ABSTRAK

Perencanaan bisnis *Porcine Lab* disusun sebagai rancangan pengembangan usaha kuliner berbasis *food truck* yang menawarkan *pork burger* dengan pendekatan *customer experience*. Perencanaan ini dilatarbelakangi oleh persaingan industri kuliner yang semakin ketat serta kebutuhan konsumen terhadap produk yang tidak hanya memiliki kualitas dan harga yang sesuai, tetapi juga memberikan pengalaman yang berbeda. *Porcine Lab* menargetkan konsumen berusia 18–40 tahun di DKI Jakarta, khususnya Gen-Z, mahasiswa, pekerja muda, dan pekerja kantor yang mengonsumsi daging babi serta memiliki ketertarikan terhadap eksplorasi kuliner. Produk dikembangkan dalam enam varian yang terinspirasi dari cita rasa Bali, Manado, dan Padang. Konsep *Laboratory* diterapkan secara terintegrasi pada *food truck*, penamaan menu, kemasan, seragam, pelayanan, serta program *Flavor Passport* sebagai bagian dari pengalaman pelanggan. Metode yang digunakan dalam perencanaan ini meliputi observasi, wawancara kualitatif terhadap tiga calon konsumen, serta penggunaan data sekunder dari jurnal, buku, laporan industri, dan sumber pendukung lainnya. Hasil wawancara menunjukkan adanya indikasi penerimaan awal yang positif terhadap konsep *Porcine Lab*. Harga Rp55.000 masih dapat dipertimbangkan untuk pembelian awal dengan catatan kualitas, rasa, porsi, dan nilai yang diterima sesuai dengan harga. Dari sisi keuangan, *Porcine Lab* membutuhkan modal awal sebesar Rp194.486.000 dengan target penjualan tahun pertama sebanyak 12.000 burger. Hasil analisis menunjukkan titik impas sebesar 2.278 burger per tahun, NPV sebesar Rp523.073.434, IRR sebesar 127,67%, dan *Payback Period* selama 9,40 bulan. Berdasarkan asumsi perencanaan yang digunakan, *Porcine Lab* dinilai layak untuk dikembangkan secara bertahap sebagai bisnis *food truck* yang menawarkan pengalaman eksplorasi berbagai cita rasa *pork burger* dalam satu merek.

Kata kunci: *Porcine Lab*, *pork burger*, *food truck*, *customer experience*, perencanaan bisnis, eksplorasi cita rasa.

“Perencanaan Bisnis *Porcine Lab*: Strategi Pengembangan Kuliner Burger Berbasis *Customer Experience*”

Sergio Gallantry

ABSTRACT

The *Porcine Lab* business plan outlines the development of a food truck-based culinary venture offering pork burgers with a focus on *customer experience*. This plan is driven by intensifying competition in the culinary industry and consumer demand for products that offer not only appropriate quality and pricing but also a unique experience. *Porcine Lab* targets consumers aged 18–40 in DKI Jakarta specifically Gen Z, university students, young professionals, and office workers who consume pork and have an interest in culinary exploration. The product line features six variants inspired by Balinese, Manado, and Padang flavors. A "*Laboratory*" concept is integrated across the food truck design, menu naming, packaging, uniforms, service, and a "Flavor Passport" program to enhance the *customer experience*. The planning methodology involved observation, qualitative interviews with three potential customers, and the use of secondary data from journals, books, industry reports, and other supporting sources. Interview results indicate a positive initial reception to the *Porcine Lab* concept. A price point of IDR 55,000 is considered viable for initial purchases, provided that the quality, taste, portion size, and perceived value align with the cost. Financially, *Porcine Lab* requires an initial investment of IDR 194,486,000, with a first-year sales target of 12,000 burgers. Analysis results show a break-even point of 2,278 burgers per year, an NPV of IDR 523,073,434, an IRR of 127.67%, and a payback period of 9.40 months. Based on the planning assumptions, *Porcine Lab* is deemed feasible for phased development as a food truck business offering an exploratory experience of diverse pork burger flavors under a single brand.

Keywords: *Porcine Lab, pork burger, food truck, customer experience, business planning, flavor exploration.*

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER DAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Perencanaan Bisnis.....	7
1.4 Manfaat dan Kegunaan Perencanaan Bisnis.....	8
BAB II KONSEP BISNIS.....	9
2.1 Analisis Tren Pasar	9
2.1.1 <i>Problem Analysis</i>	9
2.1.2. Existing Solution / Competitor.....	11
2.2 Peluang/Market GAP	13
2.3. Profil Bisnis	15
2.3.1.1 Struktur Organisasi.....	19
2.3.2 Value Proposition	21
2.3.3 Rencana Permodalan	23
BAB III RENCANA DAN METODOLOGI	26
3.1. Metode Kelayakan Bisnis.....	26
3.2. Pengumpulan Data	26
3.3.1. Business Model Canvas (Umum).....	28
3.3.2 SWOT Analisis.....	31

3.3.3 VRIO analysis	32
3.3.4 Porter Five Forces	34
3.3.5. STP & <i>Marketing Mix</i> (Pemasaran)	37
3.3.5.1 Segmenting, Targeting, Positioning.....	37
3.3.5.2 Marketing Mix 7P	37
3.3.6. Analisa keuangan.....	39
3.3.6.1 Net Present Value.....	39
3.3.6.2 Payback Period.....	40
3.3.6.3 Internal Rate Of Return	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
4.1 Analisis Wawancara	42
4.1.1. Wawancara Mahasiswa / Gen-Z Culinary Explorer	42
4.1.2. Wawancara Pekerja Muda.....	43
4.1.3. Wawancara Konsumen Daging Babi Usia Dewasa.....	44
4.1.4. Analisis Gabungan Hasil Wawancara.....	45
4.1.5 Kesimpulan Analisis Wawancara.....	46
4.2 Analisa Umum Bisnis.....	48
4.2.1 Business Model Canvas (BMC).....	48
4.2.2 SWOT Analisis.....	49
4.2.3 Formulasi Strategi SWOT	51
4.3 Analisa Inovasi (VRIO).....	58
4.4 Analisa Persaingan (Porter Five Forces)	60
4.5 Analisa Pemasaran	62
4.5.1 Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	62
4.5.1.1 <i>Customer Experience</i> Porcine Lab	67
4.5.2 Marketing Mix 7P	68
4.6 Analisa Keuangan	73
4.6.1 Pendapatan.....	74
4.6.2 Harga Pokok Penjualan	75
4.6.3 Biaya Variabel.....	77
4.6.4 Biaya Tetap	78
4.6.5 Proyeksi Arus Kas Operasi	79
4.6.6 Break Even Point (BEP).....	80
4.6.7 Net Present Value (NPV).....	82

4.6.8 Internal Rate of Return (IRR)	83
4.6.9 Payback Period.....	84
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Keterbatasan Perencanaan Bisnis	89
5.3 Rencana Pengembangan.....	90
5.4 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kompetitor	11
Tabel 2. 2 Rencana Permodalan	23
Tabel 4. 1 Business Model Canvas	48
Tabel 4. 2 SWOT Analisis.....	49
Tabel 4. 3 Modal Awal.....	73
Tabel 4. 4 Pendapatan	75
Tabel 4. 5 HPP dan Margin Kontribusi.....	76
Tabel 4. 6 Proyeksi Biaya Variabel	77
Tabel 4. 7 Proyeksi Biaya Tetap.....	78
Tabel 4. 8 Proyeksi Arus Kas Operasi	79
Tabel 4. 9 Arus Kas Investasi	80
Tabel 4. 10 Perhitungan Break Even Point (BEP).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Porcine Lab	18
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi	19
Gambar 3. 1 Kerangka Business Model Canvas	29
Gambar 3. 2 Porter Five Forces.....	35
Gambar 3. 3 Rumus Payback Period	40
Gambar 3. 4 Rumus IRR.....	41
Gambar 4. 1 Sketsa Food Truck	85
Gambar 4. 2 Contoh Produk Porcine Lab	85