

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era seperti sekarang ini industri kuliner di Indonesia berkembang dengan sangat cepat. Banyak bisnis – bisnis baru bermunculan demi menarik perhatian masyarakat terutama dibidang kuliner. Tentu saja dengan adanya perkembangan zaman, kehidupan masyarakat pun berubah. Masyarakat memiliki mobilitas dan aktivitas yang tinggi, banyak dari aktivitas masyarakat dilakukan diluar rumah sehingga tidak sedikit darinya yang meluangkan waktu makan mereka dengan memesan makanan online. Dengan adanya perubahan kehidupan dari masyarakat ini Indonesia memiliki peluang yang besar bagi para calon pebisnis maupun pebisnis untuk memulai sebuah usaha baru yang bersangkutan dengan penyediaan makanan.

Kini, sudah banyak media yang dapat diaplikasikan untuk memulai bisnis makanan ini, bukan hanya restoran , *café*, maupun kedai-kedai makanan saja. Bisnis *catering* juga dapat menjadi salah satu solusi untuk memulai bisnis.

Penulis mengutip dari **Sjahmien Moehyi (1992 : 5)** menyatakan bahwa *catering* adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghadirkan makanan. Makanan jadi diangkut ke tempat lain untuk dihidangkan, misalnya ke tempat penyelenggaraan pesta, rapat, pertemuan, kantin atau kafetaria industri. Dari kutipan diatas dapat diketahui bahwa *catering* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut suatu perusahaan jasa boga yang melayani pemesanan produk boga yang sudah jadi yang digunakan untuk menjamu tamu pesta maupun acara- acara lainnya.

Penulis mengutip dari **Sari (2015)** Berbelanja online via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung.

TABEL 1
KUISIONER NAKANTA CATERING

NO	PERTANYAAN	RESPON		
1	Apakah anda penikmat makanan rumahan ?	- Ya	41	95.3 %
		- Tidak	2	4.7 %
2	Apakah anda serig memesan catering makanan ?	- Ya	36	83.7 %
		- Tidak	7	16.3 %
3	Apakah anda senang berbelanja makanan dengan sistem online atau langsung datang ke tempat makan saat jam makan siang ?	- Ya	40	93 %
		- Tidak	3	7 %
4	Apakah anda setuju dengan adanya catering masakan rumahan berbasis online ?	- Ya	43	100 %
5	Apakah anda berkesan membeli makanan catering berbasis online dengan harga berkisar dari Rp. 25.000 ,- sampai Rp. 30.000,- ?	- Ya	41	95.2 %
		- Tidak	2	4.8%

Sumber: Olahan Penulis, 2021

Dengan ini bisnis *catering* harus bisa menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

Menteri Kesehatan Indonesia membuat sebuah keputusan tentang penggolongan untuk usaha jasa boga yang direncanakan atau sudah ada berdiri (Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor. 715/MENKES/SK/V/2003). Ada beberapa peraturan yang telah ditetapkan menurut keputusan tersebut, mulai dari penentuan tempat produksi, alat produksi yang digunakan, kondisi ruang kerja, jasa angkut dan wadah makanan yang disediakan, dan banyak keputusan – keputusan lainnya demi hygiene dan sanitasi yang baik pada *catering* tersebut. Berdasarkan KMK tersebut perencanaan pendirian *catering* berbasis *online* oleh penulis termasuk kedalam golongan A1.

Perencanaan bisnis ini akan dibuat di kota Jakarta Timur yang merupakan kota administratif yang terbesar dibandingkan dengan lima kota administratif yang membentuk Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia. Kota ini memiliki populasi 3.111.928 berdasarkan BPS DKI Jakarta 2019 termasuk 365 jiwa warga negara asing

(WNA). Pada daerah Pulo Gadung sendiri menurut BPS Kota Jakarta Timur 2019, Kecamatan Pulo Gadung sendiri memiliki jumlah penduduk sebesar 266.199 warga.

Berdasarkan data yang penulis peroleh dan beberapa referensi pendukung yang memberikan ide dan masukan dalam menyusun tugas akhir berupa perencanaan bisnis dengan judul “PERENCANAAN PENDIRIAN *CATERING* BERBASIS *ONLINE* DI JAKARTA TIMUR”

B. Gambaran Umum Bisnis

a. Deskripsi Bisnis

Perencanaan bisnis yang akan penulis dirikan adalah usaha yang bergerak di bidang produksi makanan yaitu *catering* rumahan. Melihat dari besarnya peluang bisnis makanan *catering* pada era sekarang ini, membuat penulis menjadikan perencanaan bisnis ini pilihan utama untuk memulai usaha.

Perencanaan bisnis ini memiliki konsep cara penjualan *online* sehingga tidak diperlukan tempat jual beli, hanya cukup menyediakan tempat produksi. Dalam konsep bisnis *catering* ini tentunya kualitas bahan makanan akan sangat ditekankan dengan cara menyediakan makanan yang sebanding kualitasnya dengan yang diinformasikan kepada konsumen, juga sangat mengedepankan hygiene dan sanitasi.

Dengan mengedepankan aspek – aspek yang sudah disebutkan sebelumnya akan memberi rasa aman pada konsumen. Cara mewujudkan aspek – aspek yang sudah disebutkan sebelumnya salah satunya adalah dengan bekerjasama dengan petani – petani Indonesia terutama pada daerah Bogor, Jawa Barat yang memiliki kualitas hasil tani yang baik.

Semua komponen perusahaan terkonsep demi mewujudkan kepercayaan konsumen ketika memilih produk nantinya. Dengan begitu penulis memungkinkan

perencanaan bisnis ini optimis akan mendapatkan keuntungan, berkembang, juga mengalami pertumbuhan yang baik serta memiliki prospek yang bagus kedepannya. Hal ini dikarenakan penulis ingin membangun dua hal penting yang sudah dibahas sebelumnya yakni kepuasan pelanggan dan kepercayaan konsumen.

b. Deskripsi Logo dan Nama

Penulis mengutip dari **Tjiptono (2011 : 34)** Merek merupakan sesuatu yang dibeli konsumen, memiliki nilai dan identitas atau ciri tertentu yang dilindungi secara hukum sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaing. Merek mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang akan dibeli maka persaingan antar perusahaan adalah persaingan persepsi bukan produk. Dengan adanya kutipan tersebut Logo dan nama bisnis merupakan salah satu hal penting untuk mendirikan sebuah usaha, dikarenakan logo dan nama adalah satu hal yang membuat konsumen lebih mengenali bisnis.

Dengan teori yang sudah disebutkan, pembuatan bisnis ini akan diberi nama “*Nakanta*”, Menurut repositori Kemdikbud dalam Kamus Bahasa Karo, *Nakanta* sendiri memiliki arti “Makanan kami semua”, dengan ini diharapkan *Nakanta* dapat menjadi makanan bagi semua kalangan juga bagi semua komunitas dari segala umur.

Penulis mengutip dari **Rustan (2009 : 12)** Logo diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu. Dari kutipan sebelumnya munculah design logo dari *Nakanta* sebagai berikut :

GAMBAR 1
Design Logo Nakanta



Sumber : design logo penulis, 2021

Pada gambar 1.1 kata *Nakanta* digunakan penulis sebagai nama dan tertera pula pada logo usaha penulis, kata *Nakanta* sendiri sudah dijelaskan pada paragraf sebelumnya. Pada logo yang didesign oleh penulis terdapat gambar *food cover* dan daging dengan bentuk hati. Ini melambangkan bahwa *Nakanta* menjaga higienitas makanan yang digambarkan melalui *food cover*, juga menyediakan makanan yang berkualitas digambarkan melalui daging pada logo, dan terakhir lambang hati yang ada pada daging menggambarkan harapan produk – produk *Nakanta* yang selalu ada di hati konsumen. Warna merah pada logo juga bermaksud untuk menggambarkan kegembiraan dan energi positif yang diberikan *Nakanta* kepada konsumen, juga bermaksud untuk sebagai simbolisasi bisnis *Nakanta* yang kuat dan akan semakin berkembang besar.

c. Identitas Bisnis

Penulis mengutip dari **Anggoro (2000 : 28)** Identitas perusahaan adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan – perusahaan lainnya. Dengan adanya teori tersebut berikut terbuat identitas bisnis *Nakanta* :

Nama bisnis : *Nakanta*

Alamat produksi : Jalan Pelitur II No. 17A RT. 03 / RW. 17

Kayu Putih, Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta

ID 13210

Kontak personal : (+62) 81298384162

nakanta@gmail.com

@_nakanta (Instagram)



C. Visi dan Misi

Penulis mengutip dari **Wibisono (2006 : 43)** Visi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita – cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Berdasarkan teori tersebut, maka terbentuklah visi dari *Nakanta* sebagai berikut :

Visi ..

“ Mewujudkan *Nakanta* sebagai perusahaan *catering* terbaik di Jakarta Timur“.

Penulis mengutip dari **Wibisono (2006 : 46)** Misi merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi, yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Berdasarkan teori tersebut, maka terbentuklah misi dari *Nakanta* sebagai berikut :

Misi :

- 1) Mengutamakan kualitas pelayanan, produk, dan juga penyajian makanan.
- 2) Menumbuhkan keterampilan dan pengetahuan karyawan guna mencapai performa operasional yang maksimal.
- 3) Mempertahankan dan meningkatkan citra baik perusahaan.

D. Analisis SWOT

Bisnis yang baik harus dapat mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, kesempatan, dan juga ancaman yang ada dalam menjalani bisnis tersebut atau yang biasa disebut Analisa SWOT.

Penulis mengutip dari **Kotler, Armstrong (2008 : 64)** Analisis SWOT adalah penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan. Analisis ini diperlukan untuk menentukan beberapa strategi yang ada di perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk.

Penulis juga mengutip dari **Jogiyanto (2005 : 46)** SWOT digunakan untuk menilai kekuatan – kekuatan dan kelemahan – kelemahan dari sumber – sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan – kesempatan eksternal dan tantangan – tantangan yang dihadapi.

Sudah dijelaskan dari teori – teori yang ada di paragraf sebelumnya , maka terbentuklah SWOT perencanaan bisnis *Nakanta* sebagai berikut :

TABEL 2
Analisis SWOT Nakanta

<i>STRENGTHS</i>	<i>WEAKNESS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ide bisnis yang dibutuhkan masyarakat (pangan) • Sebagai solusi mudah untuk masalah pemesanan makanan • Menawarkan menu dengan berbagai macam paket. • Melakukan sistem PO untuk pendataan pemesanan • Bisnis berbasis online. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kesuksesan media sosial yang terbatas (pengikut masih sedikit). • Belum memiliki pelanggan tetap • Adanya bisnis berbasis online kurang cocok untuk beberapa kalangan masyarakat.
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>THREATS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. • Menarik konsumen baru dengan produk yang berkualitas. • Menjawab permintaan pelanggan (adanya bisnis catering berbasis online yang mudah diakses). • Membangun loyalitas dengan pelanggan. • Memperluas calon konsumen (untuk semua kalangan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga bahan baku yang tidak stabil. • Tingkat persaingan usaha yang tinggi. • Rating buruk dari pelanggan. • Adanya kompetitor dengan produk yang sama. • Muncul produk atau usaha baru yang lebih unggul. • Kompetitor lain yang lebih kuat dan berpengalaman lebih.

Sumber : Olahan penulis, 2021

E. Spesifikasi Produk atau Jasa

Penulis mengutip dari **Kotler, Armstrong (2001 : 346)** produk merupakan seluruh barang yang mampu ditawarkan kepasar demi memperoleh minat, dibeli, digunakan dan dikonsumsi, yang akan memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

Penulis akan menjual produk masakan yang berbagai macam, masakan tersebut diambil dari masakan rumahan yang banyak ditemui konsumen dimana masakan tersebut akan lebih cocok dengan selera kebanyakan orang Indonesia. Di dalam makanan utama yang ditawarkan penulis akan ada *side dish* yang melengkapi menu tersebut.

Nantinya penulis akan menyajikan produk makanannya dengan packaging ramah lingkungan. Perencanaan bisnis *catering* ini akan dimulai dengan sistem *pre order*. Berikut jabaran perencanaan produk yang akan ditawarkan *Nakanta*.

TABEL 3
Produk *Nakanta*

NO.	MAIN COURSE	CARBOHIDRAT	SIDE DISH
1	Sate Lilit	Nasi Ayam Bakar	· Lawar · Sambal Matah
2	Ayam Goreng Kecap Inggris	Nasi Putih	· Capcay · Bola Kentang Panir · Saus Sambal Homemade
3	Ayam Goreng Terasi	Nasi Lemak	· Lalapan · Ikan Asin Balado · Sambal Belacan
4	Ayam Panggang	Nasi Putih	· Genjer Tauco · Tempe Bacem · Sambal Merah
5	Kari Sapi Kentang	Nasi Putih	· Daun Ubi Tumbuk · Orek Tempe · Sambal Hijau
6	Ikan Terasi	Nasi Putih	· Pak Choi Kuah Telur · Sotong Goreng · Sambal Bawang
7	Ayam Bakar Rembang	Nasi Putih	· Tumis Kecapir · Tempe Goreng Crispy · Sambal Merah

Sumber : Olahan penulis, 2021

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, *Nakanta* memiliki tujuh macam variasi menu dengan *side dishes*-nya. Paket menu yang sudah tertera pada tabel di atas akan ditawarkan dalam bentuk *ala carte* dan juga *weekly package*, dengan maksud calon konsumen dapat memilih paket menu yang diinginkan untuk satu minggu penuh atau hanya membeli per *item* saja untuk satu harinya. Paket menu yang disediakan *Nakanta* dikhususkan untuk dikonsumsi di siang hari atau pada saat jam makan siang.

F. Jenis atau Badan Usaha

Undang-undang Ketentuan Umum Pajak Indonesia menyatakan bahwa badan usaha merupakan sekumpulan orang dan modal yang merupakan kesatuan, baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha.

Perencanaan bisnis *Nakanta* dibentuk sebagai jenis badan perusahaan

perseorangan. UU Republik Indonesia mengartikan perusahaan perseorangan merupakan sebuah badan usaha yang dimana semua modal semata dimiliki oleh satu orang saja, dan untuk itu tanggung jawabnya dibebankan kepada orang tersebut.

Berikut ciri – ciri perusahaan perseorangan :

- 1) Pemilik perusahaan adalah individu atau keluarga.
- 2) Proses pemerintah relatif mudah.
- 3) Modal perusahaan perseorangan tidak terlalu besar.
- 4) Berjalan nya bisnis tergantung pada pemiliknya.
- 5) Tenaga kerja yang sedikit
- 6) Alat produksi dan teknologi yang cukup sederhana.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas merupakan aspek yang penting diperhatikan sebelum dan selama bisnis atau usaha berlangsung. Legalitas sendiri bertujuan untuk memperkuat sebuah kepastian hukum, dan mencegah adanya pelayahgunaan kekuasaan. Pada perencanaan bisnis *Nakanta* ada beberapa legalitas yang harus dipenuhi, berikut penjabarannya :

- 1) UU No. 3 Tahun 1982 Pasal 1B Tentang Wajib Daftar Perusahaan.
- 2) Peraturan Direktur Jendral Pajak Nomor PER-02/PJ/2018 Tentang Kepemilikan NPWP.
- 3) Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor : PER-01/MEN/1999 Tentang Upah minimum
- 4) UU Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (MIG).