

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan Ibu Kota provinsi Jawa barat dan juga merupakan Kota metropolitan terbesar yang ada di Jawa barat. Sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia, Kota Bandung memiliki jumlah penduduk mencapai 2,53 juta jiwa menurut pendataan di tahun 2021 oleh Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan sipil (Disdukcapil). Angka tersebut merupakan yang tertinggi dibandingkan dengan kepadatan penduduk di 26 kota/ kabupaten lainnya di Jawa Barat. Kota Bandung juga memiliki luas wilayah seluas 166,59 kilometer persegi dengan kepadatan penduduk sebesar 15,17 ribu jiwa per kilometer persegi.

Kota Bandung sebagai kota tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara memiliki daya tarik tersendiri bagi yang mengunjunginya. Banyak sekali tujuan wisata di Bandung yang dapat dikunjungi oleh para wisatawan seperti wisata alamnya, pusat perbelanjaan hingga wisata kuliner yang murah dan lezat yang belakangan menjadi suatu *trend* tersendiri yang ada di Kota Bandung. Menurunnya level PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang diakibatkan oleh pandemi Covid - 19 di Kota Bandung juga menjadi salah satu yang menjadi pemicu kembalinya peningkatan wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Berikut adalah tabel data kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Bandung menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Dalam melengkapi data, Penulis melampirkan survey berupa kapasitas, golongan tamu serta acara yang sering digunakan oleh para wisatawan untuk mengadakan suatu acara yang bersifat *private*.

Tabel 1

Survey Villa di Kota Bandung

Survey Villa Kapasitas +20 orang			
Nama Villa	Kapasitas	Tamu	Acara
Karang Tumaritis	+100 pax	Perusahaan, kampus, komunitas, wedding	Gathering, private party
Villa Dago Pakar	+80 pax	Keluarga, kampus, komunitas	Wedding, private party, family gathering
Villa Resor Dago	+50 pax	Kampus, keluarga, komunitas	Family gathering, party komunitas

Sumber : Hasil Survey Penulis (2022)

Melihat data hasil survey yang dilakukan oleh penulis, dapat dijadikannya suatu peluang pasar dalam membuka usaha catering ini. Pencarian data jumlah vila atau penginapan di Kota Bandung ini yang dimana nantinya besar target pasar di bisnis ini yang akan mengarah kepada wisatawan yang berlibur di Kota Bandung baik wisatawan domestik maupun lokal serta kalangan – kalangan seperti mahasiswa, pelajar, perusahaan-perusahaan, maupun komunitas yang akan melakukan pesta dengan menggunakan jasa catering ini.

Berdasarkan data tersebut menjadikan potensi berkembangnya kembali industri pariwisata Kota Bandung. Dengan kembali normalnya aktivitas yang ada di Kota Bandung seperti dibukanya kembali tempat – tempat wisata, kembalinya aktivitas kampus dan sekolah, dapat menjadi dorongan bagi para pengusaha khususnya di sektor *food and beverage* untuk kembali menjalani bisnisnya seperti semula. Selain itu penulis juga melakukan survey terhadap pesaing serupa guna mencari target pasar serta penjalan yang akan disasarkan terhadap calon konsumen terhadap usaha yang akan didirikan oleh Peneulis. Berikut adalah data terhadap target pasar serta penjualan yang didapatkan dari pesaing usaha yang telah didapatkan oleh penulis.

Tabel 2

Daftar *Barbecue Home Service* Kota Bandung

Barbeque Home Service di Kota Bandung		
Nama	Target Market	Pax/bulan
Junis Home BBQ	Perusahaan, wisatawan, pelajar, mahasiswa	500 pax
Rustic Grill	Perorangan, komunitas, mahasiswa, event	+600 pax

Sumber : Hasil Wawancara Dengan Pelaku Usaha (2023)

Dengan adanya data survey diatas menjadikan peluang usaha ini sebagai usaha yang menjanjikan untuk didirikan, banyaknya target pasar khususnya dikalangan mahasiswa dan pekerja, dan komunitas dan juga terkenalnya bandung sebagai kota kuliner, membuat semakin maraknya usaha dibidang *food and beverage* serta banyaknya usaha jasa akomodasi yang ada di Kota Bandung ini untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan serta gaya hidup masyarakat serta pendatang yang ada di Kota Bandung. Kesibukan masyarakat serta *trend* wisatawan yang datang ke Kota Bandung menjadikan peluang bagi para pengusaha dibidang kuliner untuk membuka usaha serta memenuhi kebutuhan dari makanan dan minuman bagi masyarakat di Kota Bandung.

Dalam perencanaan pendirian jasa katering ini dapat dipesan atau digunakan dalam berbagai kesempatan atau acara seperti pesta pernikahan, ulang tahun, *family gathering*, acara perusahaan, ataupun kesempatan lainnya. Belakangan layanan *barbeque home service* sedang gencar dicari atau dinikmati dikarenakan banyak sekali wisatawan dari luar kota, mahasiswa, perusahaan yang sering mengadakan acara yang bersifat private disuatu tempat. Dengan adanya layanan seperti ini dan semakin banyaknya orang yang menikmati layanan makan dan minum dirumah baik dengan rekan bisnis, *gathering*, ataupun dengan keluarga sendiri yang memberikan kesan dan suasana intimate yang tentunya tidak bisa

didapat di restoran ataupun tempat umum lainnya. Ditambah dengan masuknya masa peralihan dari pandemi Covid – 19 dan juga kembali normalnya aktivitas masyarakat serta di tengah berkembangnya trend *staycation* yang menjadi populer merupakan alternatif pilihan ditengah berakhirnya masa pandemi. Pengertian *staycation* sendiri menurut *Cambridge Dictionary* adalah liburan yang dilakukan dirumah atau di dekat rumah tanpa pergi melakukan perjalanan ketempat lain, meskipun demikian istilah ini dapat diartikan sebagai liburan yang dilakukan dengan cara tinggal atau menetap di suatu tempat. Di Indonesia sendiri trend ini sangat banyak terjadi di kota-kota besar. Lalu juga banyaknya acara-acara anak muda yang diselenggarakan di Kota Bandung baik yang berskala besar ataupun kecil, menjadikan semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Hal ini menjadikan sebuah peluang yang menjanjikan dalam pendirian bisnis catering barbeque ini.

Penjelasan catering sendiri dijelaskan oleh Moheyi B. Sjahmien (1992) dalam bukunya yang berjudul Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga, “Catering merupakan sebuah penyelenggaraan makanan yang bersifat komersial yang ada dalam suatu tempat perjamuan pesta, jamuan makan, rapat, pertemuan, cafetaria atau kantin pada dalam suatu industri” . Lalu penjelasan mengenai *barbeque* juga dijelaskan didalam buku yang berjudul Makanan Tradisional Indonesia Seri 1 oleh Eni Harmayani, Umar Santoso, Murdjati Gardjito (2017) dijelaskan juga, “ Barbeque (BBQ) adalah metode mengolah daging dengan memanaskan daging pada alat pemanggang dengan media bara api dan arang.” Penjelasan – penjelasan inilah yang menjadi landasan teori yang mendukung atas usaha pendirian bisnis khususnya dalam pengelolaan jasa boga.

Kota Bandung dipilih sebagai tempat pendirian bisnis usaha jasa boga Daerah tersebut merupakan daerah yang strategis dimana di daerah tersebut merupakan daerah dimana banyak sekali kampus–kampus, kantor dan juga daerah strategis dimana menjadi jalan yang dilalui untuk menuju tempat – tempat wisata di Kota Bandung dan sekitar nya seperti dikawasan Lembang Jawa Barat. Oleh karena itu penulis ingin memanfaatkan peluang ini untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya kalangan anak muda, dan pendatang sehingga menjadi tumbuhnya keinginan pasar terhadap penyedia jasa *barbeque* catering demi memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman disuatu acara. Berdasarkan landasan–landasan yang telah dikemukakan oleh Penulis, demi meyakinkan untuk menciptakan peluang bisnis, Penulis melakukan riset untuk menciptakan data – data yang dapat dikumpulkan supaya terciptanya ide bisnis tersebut. Data yang di kumpulkan penulis merupakan data yang didapat dari peluang jumlah wisatawan dan juga kalangan mahasiswa, pekerja kantoran. Ditambah dengan banyak nya kawasan villa di daerah Bandung dan sekitar nya, serta tidak sedikit juga banyak acara-acara atau gathering yang diadakan disana dan juga kawasan yang cocok untuk diadakan acara yang bersifat *private* menjadikan peluang usaha yang menjanjikan dalam pendirian bisnis yang akan didirikan yaitu *barbeque* catering

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis yang direncanakan oleh Penulis dalam hal ini termasuk kedalam bisnis atau usaha jasa boga atau catering. Jasa boga atau catering adalah suatu usaha pengelolaan makanan yang disediakan atau di hidangkan di suatu tempat guna memenuhi kebutuhan atas dasar pemesanan. Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 715/Menkes/SK/2003 menyebutkan

bahwa, “ jasa boga atau catering adalah perusahaan atau tempat usaha atas dasar pesanan.” Disebutkan juga dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1096/Menkes/PER/VI/2011 dijelaskan juga bahwa penggolongan usaha jasa boga kedalam 3 golongan yaitu golongan A, B, C. penggolongan usaha jasaboga ini dapat dijelaskan dengan berikut :

a. Jasaboga golongan A:

Yaitu merupakan jasaboga yang melayani kebutuhan masyarakat umum, yang terdiri atas golongan A1, golongan A2, dan golongan A3.

b. Jasaboga golongan B:

merupakan jasaboga yang melayani kebutuhan masyarakat dalam kondisi tertentu, meliputi:

- asrama haji, asrama transito atau asrama lainnya
- industri, pabrik, pengeboran lepas pantai
- angkutan umum dalam negeri selain pesawat udara
- fasilitas pelayanan kesehatan.

c. Jasaboga golongan C:

merupakan jasaboga yang melayani kebutuhan masyarakat di dalam alat angkut umum internasional dan pesawat udara.

Dalam penjelsan pada point A dalam penggolongan usaha jasaboga disebutkan juga bahwa kategori jasaboga golongan A terbagi lagi dalam 3 penggolongan yakni, golongan A1 yaitu melayani kebutuhan masyarakat dengan pengolahan makanan yang menggunakan dapur rumah tangga dan dikelola dan dikelola oleh suatu keluarga, golongan A2 yakni melayani kebutuhan untuk masyarakat umum dengan pengolahan makanan yang

menggunakan dapur rumah tangga dan mempekerjakan tenaga kerja, golongan A3 melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan yang menggunakan dapur khusus dan mempekerjakan tenaga kerja.

Dengan adanya peraturan di atas penulis mendirikan usaha catering yang masuk dalam golongan A3 yang berisi melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan menggunakan dapur khusus dan tenaga kerja. Dalam hal ini spesifiknya adalah mengenai jasa boga khusus *barbeque*.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo dan nama usaha adalah salah satu faktor penting bagi pendirian usaha. Dengan adanya nama usaha dan logo dapat mencerminkan sebuah identitas dari suatu usaha itu sendiri sehingga dapat lebih dikenal banyak orang. Membangun *brand* merupakan hal yang sangat penting dalam memulai bisnis, oleh karena itu penentuan nama dan logo dari tempat usaha haruslah diperhatikan dan dipikirkan dengan matang agar menjadi representasi baik verbal maupun visual dalam sebuah badan usaha. Menurut Katz dalam Wheeler (2009) mengungkapkan bahwa logo haruslah merepresentasikan visi dan misi dalam perusahaan, serta segmentasi yang dituju sesuai target pada masyarakat. Sedangkan pengertian nama bisnis sendiri dijelaskan oleh Edelman, Silverstein dan Chapluis (1993) menyebutkan bahwa suatu brand dapat melampaui dari sekedar nama produk itu sendiri. Menciptakan sebuah *brand* dengan baik dapat menyesuaikan sistem dalam bisnis itu sendiri, serta insight dari konsumen. Maka akan memberikan dampak dalam jangka waktu yang panjang serta signifikan.

Gambar 1

Desain Logo *Smoke House BBQ*



Sumber : Desain Penulis (2022)

Gambar 1 merupakan logo dari *Smoke House BBQ*. Didalam logo tersebut juga memiliki filosofi di antara nya dalam pemilihan kata “ *Smoke House*” yang menggambarkan konsep dari usaha katering ini yaitu dimana nantinya konsumen dapat menikmati layanan barbeque ini dimana saja seperti misalnya rumah, lalu pemilihan kata ” *BBQ* ” sendiri yaitu merupakan produk yang akan dijual dan juga merupakan singkatan kata dari *barbeque*. Di dalam logo ini juga terdapat elemen warna yaitu kombinasi antara hijau, emas dan hitam yang memberikan nuansa mewah nan klasik serta elegan, yang dimana juga menunjukkan keunggulan daripada pelayanan yang diberikan. Terdapat juga gambar daging *steak* yang dimana menggambarkan secara spesifik dan mengacu kepada produk yang dijual.

3. Identitas Bisnis

Identitas bisnis merupakan gambaran mengenai sebuah produk yang dihasilkan. Setiap bisnis pastinya harus memiliki sebuah identitas yang dimana hal tersebut dilakukan supaya produk yang ditawarkan dapat dengan

jelas dikenal oleh masyarakat. Identitas juga merupakan sesuatu yang bersifat nyata (*tangible*) dan juga merupakan sebuah visualisasi atau nyata dan dapat dilihat oleh orang atau pihak lain.

Nama yang di usung dalam bisnis ini yaitu “ *Smoke House BBQ* ” dalam perencanaan bisnis nya Penulis akan menggunakan media sosial dan juga untuk melakukan kegiatan promosi dan mengenalkan kepada masyarakat luas. Digunakannya media sosial dalam melakukan kegiatan promosi dikarenakan penggunaannya yang mudah dan murah dan juga dapat memasarkan langsung kepada konsumen. Beberapa platform media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah diantaranya *Instagram, Tiktok, Facebook, Whatsapp*. Dalam pelayanannya juga dicantumkan nomor telepon atau *call center* yang dapat dihubungi oleh konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai produk dan layanan serta dapat juga melakukan pemesanan secara langsung.

Perencanaan usaha *Smoke House BBQ* yang didirikan oleh penulis berlokasi di Jl. Gagak No. 232 RT 06 RW 03, Kelurahan Sukaluyu Kecamatan Cibeunying Kaler, Kota Bandung. Lokasi tersebut merupakan rumah pribadi milik Penulis, dipilihnya lokasi tersebut dilakukan untuk meminimalisir *budget* dan juga lokasi tempat tersebut sangatlah strategis dimana proses mobilisasi yang nantinya akan dilakukan, pemilihan lokasi ini juga sangat mempermudah penulis dikarenakan juga dekat dengan lokasi – lokasi pendukung seperti *supermarket, pasar, dan supplier*, nantinya dimana akan menjadi penunjang dalam kebutuhan bahan baku dalam usaha catering ini. Tempat usaha ini memiliki luas tanah dan bangunan sekitar 15m x 8m yang

dimana terdapat ruang yang sangat cukup untuk merintis sebuah usaha dan kebutuhan bisnis ini.

Gambar 2
Lokasi Usaha *Smoke House BBQ*



Sumber : Olahan Penulis (2022)

Gambar 3
Tempat Usaha *Smoke House BBQ*



Sumber : Olahan Penulis (2022)

C. Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan hal yang penting bagi pendirian badan usaha. Visi dan misi juga berfungsi sebagai acuan untuk membuat tujuan dan sasaran dalam organisasi yang dimana dapat memberikan acuan pedoman yang harus diikuti oleh semua orang.

Visi menurut Kotler yang dikutip oleh Nawawi (2000 : 122), “ visi merupakan pernyataan tujuan suatu organisasi yang diekspresikan kedalam produk dan pelayanan yang ditawarkan, dan suatu kebutuhan yang dapat ditanggulangi oleh kelompok masyarakat yang dilayani, nilai – nilai yang diperoleh serta aspirasi dan cita – cita masa depan.” Sedangkan pengertian misi menurut Wheelen yang dikutip oleh Wibisono (2006, p, 46-47), “ misi adalah rangkaian kalimat yang menyatakan suatu tujuan atau alasan eksistensi dalam organisasi yang berisikan apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat baik berupa produk ataupun jasa.”

Berikut adalah visi dan misi dari *Smoke House BBQ* :

Visi :

Menjadi bisnis jasa catering yang terpercaya dalam menjalankan permintaan dan keinginan pelanggan untuk menghasilkan rasa kepuasan akan layanan yang diberikan, serta menjadi layanan professional dalam bidang penyediaan jasa catering khususnya *barbecue* catering serta mengedepankan kualitas produk yang dihasilkan.

Misi :

1. Menjadi perusahaan yang dapat menjalankan kerja sama berdasarkan komitmen yang saling menguntungkan dan dapat dipercaya.
2. Menjunjung tinggi profesionalitas dalam pelayanan
3. Memberikan kualitas produk dan pelayanan dengan kualitas yang baik.
4. Menjamin kualitas kebersihan *hygiene* dan sanitasi yang baik
5. Menjalankan prosedur pengelolaan jasa boga sesuai dengan peraturan dan undang – undang

D. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan sebuah metode dalam menggambarkan dan juga membandingkan bagaimana kondisi dan cara dalam mengevaluasi suatu masalah bisnis berdasarkan faktor eksternal dan internal. Menurut Galavan (2014), “ analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threath*) merupakan analisis dalam mendapatkan strategi yang berguna dan juga efektif dan diterapkan sesuai pasar dan keadaan publik saat itu.”

Berdasarkan hasil pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan analisis SWOT dari bisnis yang didirikan oleh penulis yaitu:

1. *Strengths*

Strengths dapat diartikan sebagai kekuatan yang dimiliki pada suatu badan usaha. Penulis memiliki beberapa aspek kekuatan diantaranya:

- a. Memiliki ragam variasi menu barbeque dan minuman
- b. Memiliki peralatan yang modern.

2. *Weaknesses*

Weaknesses dapat diartikan sebagai faktor kelemahan dalam suatu usaha. Dalam perencanaannya, bisnis tersebut memiliki kelemahan diantaranya:

- a. Belum memiliki pelanggan tetap.
- b. Memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak.

3. *Opportunities*

Opportunities merupakan kesempatan yang ada pada sebuah usaha. Usaha yang akan didirikan oleh penulis memiliki kesempatan sebagai berikut:

- a. Banyaknya *event* yang diadakan di Kota Bandung dan sekitarnya.

- b. Usaha ini menawarkan peluang kerja bagi mereka yang berpengalaman dalam bidang pelayanan.

4. *Threats*

Threats merupakan ancaman dalam pendirian sebuah usaha. Pada usaha ini Penulis menuliskan ancaman yang ada diantaranya:

- a. Banyaknya pesing bisnis serupa.
b. Harga bahan baku yang tidak stabil atau menentu

Tabel 3
Analisis Matrix SWOT

FAKTOR INTERNAL FAKTOR EKSTERNAL	<i>Strength</i> - Memiliki variasi menu barbeque dan minuman yang bervariasi. - Memiliki peralatan yang modern.	<i>Weakness</i> - Belum memiliki pelanggan tetap. - Memerlukan tenaga kerja yang lebih banyak.
<i>Opportunity</i> - Banyaknya event yang diadakan di Kota Bandung dan sekitarnya. - Usaha ini menawarkan peluang kerja bagi mereka yang berpengalaman dalam bidang pelayanan.	<i>S / O</i> Dapat memenuhi standar kualitas yang baik yang akan diberikan kepada konsumen.	<i>W / O</i> Melakukan seleksi dalam memilih pesanan untuk <i>event</i> sehingga pemesanan hanya bisa dilakukan untuk beberapa <i>event</i> yang tidak terlalu besar.
<i>Threats</i> - Banyaknya pesing bisnis serupa. - Harga bahan baku yang tidak stabil atau menentu.	<i>S / T</i> Memberikan kualitas bahan baku yang baik dan harga yang bisa bersaing dengan catering lain.	<i>W / T</i> Faktor distribusi yang sangat berpengaruh sehingga belum terlalu banyak <i>event</i> yang bisa dijangkau.

Sumber : Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil penilaian diatas, maka dapat disimpulkan dari hasil analisis SWOT yang telah dibuat penulis yaitu penilaian terhadap aspek yang telah

diberikan, maka dari itu penulis dalam analisis nya mencoba menyimpulkan dari hasil analisis SWOT tersebut, yaitu:

1. Memberikan kualitas pelayanan yang baik seperti:
 - a. Memberikan respon yang cepat dalam proses pemesanan terhadap konsumen.
 - b. Memastikan kebersihan dan kelayakan produk yang akan dikirimkan kepada konsumen.
2. Membuat harga yang dapat bersaing dipasaran dengan cara:
 - a. Bekerjasama dengan para supplier.
 - b. Menggunakan bahan bahan lokal dengan kualitas terbaik
3. Membuat produk yang bervariasi seperti:
 - a. Tidak hanya menjual olahan *barbeque* dari daging sapi saja.
 - b. Membuat varian menu minuman baik alkohol maupun non alkohol.
4. Mencari segmen pasar sehingga usaha ini bisa lebih dikenal dengan cara:
 - a. Melakukan promosi melalui platform online maupun cetak.
 - b. Bekerja sama dengan penyelenggara even atau tempat penyelenggara acara seperti villa, creative space, dll.

E. Spesifikasi Produk

Jasa boga atau yang lebih dikenal dengan catering merupakan istilah umum untuk suatu bidang usaha yang melayani pemesanan berbagai macam kebutuhan makanan dan minuman demi memenuhi kebutuhan suatu instansi ataupun acara khusus. Jasa ini tercipta untuk membantu memenuhi suatu kebutuhan yang bersifat khusus, serta dengan berbagai macam pilihan menu yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan konsumennya.

Penjelasan mengenai produk dijelaskan menurut Phillip Kotler (2008), “ pengertian produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat bersifat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Dalam perencanaan bisnisnya, Penulis menspesifikasikan jasa catering yang tergolong kepada golongan A3 yang berisi melayani kebutuhan

masyarakat umum dengan pengolahan makanan menggunakan dapur khusus dan tenaga kerja.

Dalam pendirian bisnis catering kali ini, produk yang ditawarkan kepada konsumen berupa olahan-olahan daging sapi dan juga daging babi yang dimasak dengan metode *barbeque*. Di dalamnya terdapat pilihan- pilihan menu olahan *barbeque* seperti berbagai macam olahan *steak* sebagai menu utama lalu olahan- olahan *side dish* serta *dessert* sebagai makanan penutup dan juga variasi dari menu minuman baik alkohol dan non alkohol. Dalam penjualannya berupa paket- paket yang ditawarkan kepada konsumen sehingga konsumen bisa memilih sesuai dengan keinginannya.

F. Jenis Badan Usaha

Usaha catering merupakan usaha pengelolaan makanan yang disajikan di luar tempat usaha atas dasar pesanan. Bentuk dari adan usaha ini adalah CV atau Persekutuan Komanditer yang dimana tergolong kedalam suatu usaha jasad boga golongan A3 yang berisi yaitu melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan menggunakan dapur khusus dan tenaga kerja.

Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia (APJI) sejak didirikan pada 1987 silam, hingga kini APJI telah beranggotakan sekitar 30.000 pengusaha yang terdiri atas pengusaha catering (Masharyono, 2016). Perkembangan jasa boga di kota Bandung khususnya di jada *barbeque* catering sangatlah berkembang pesat. Dalam hal ini dikarenakan perkembangan pariwisata pariwisata di kota Bandung dan juga banyaknya wisatawan local maupun luar kota Bandung yang suka mengadakan acara yang bersifat *private* seperti perayaan ulang tahun, *gathering*, ataupun acara serupa lainnya.

Dalam perencanaan bisnisnya, Penulis menspesifikasikan jasa catering yang tergolong kepada golongan A3 yang berisi melayani kebutuhan masyarakat umum

dengan pengolahan makanan menggunakan dapur khusus dan tenaga kerja. Secara spesifik bisnis catering ini berfokus kepada *barbeque* atau mengolah produk daging, sementara itu tidak hanya produk makanan saja yang ditawarkan, tetapi di dalam bisnis ini nantinya akan menjual produk minuman baik itu alkohol atau non alkohol.

G. Aspek Legalitas

Legalitas suatu badan usaha merupakan unsur penting dalam pendirian suatu badan usaha, legalitas perusahaan haruslah sah menurut undang – undang yang berlaku, dimana nantinya perusahaan tersebut akan dilindungi dengan berbagai dokumen hingga sah dimata hukum yang berlaku. Dalam perencanaan bisnis ini tentunya tidak lepas dari aspek legalitas yang akan digunakan sebagai landasan hukum dan juga tanda sah suatu adan usaha bisa berdiri khususnya di Indonesia. Oleh karena itu berikut adalah aspek legalitas atau landasan hukum yang dibutuhkan dalam mendirikan suatu usaha Katering

1. Pasal 1 ayat 7 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018, tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.
2. Pasal 12 ayat 2 Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 tahun 2018, tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Sektor Pariwisata.
3. Pasal 9 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1096 Tahun 2011 tentang Higiene Sanitasi Jasa Boga
4. Undang – undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan
5. Pasal 49 Undang – Undang Nomor 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Pemukiman.

6. Peraturan Menteri Perdagangan tentang Perubahan Keenam Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-Dag/ Per/4/2014 Tentang Pengendalian Dan Pengawasan Terhadap Pengadaan, Peredaran, Dan Penjualan Minuman Beralkohol

