

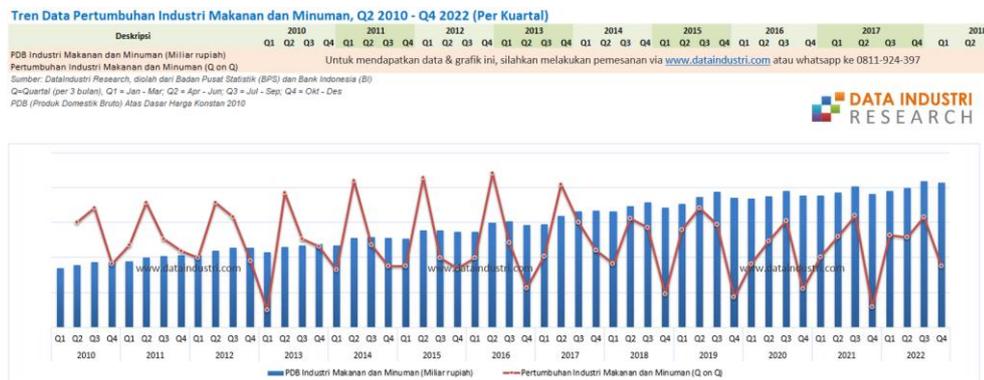
BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Bisnis industri makanan merupakan industri yang sangat prospektif di Indonesia, bahkan di dunia. Hal ini menunjukkan suatu sifat bisnis yang dekat kaitannya dengan masalah perut sebagai kebutuhan dasar setiap manusia menjadi suatu bisnis yang tak lekang oleh waktu. Hal ini dapat dibuktikan dari data pertumbuhan industri makanan dan minuman dalam waktu 12 tahun ke belakang. Terlepas dari turunnya angka pertumbuhan pada tahun 2020 karena pembatasan bersosialiasi atas munculnya COVID-19, hal tersebut tidak menjadi sebuah permasalahan yang berarti. Dari sebuah gambaran yang penulis uraikan di atas, Penulis berencana untuk mendirikan sebuah bisnis katering di kota kelahiran, yaitu Kota Semarang.

Gambar 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia Tahun 2010-2022



Sumber: Data Industri Research

Wali Kota Semarang, Hendrar Prihardi (2022) menekankan pentingnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjaga kestabilan ekonomi Indonesia pasca pandemi COVID-19. Perkembangan UMKM di Kota Semarang pun juga tidak lepas dari digitalisasi ekonomi yang diupayakan oleh Wali Kota Semarang. Salah satu bentuk dari UMKM itu sendiri dapat berupa sebuah katering.

Katering merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu *catering* yang berarti sebuah jasa penyediaan makanan dan/atau minuman pada sebuah acara sosial, atau kehidupan sosial. Sedangkan *catering* berasal dari kata kerja "*cater*" yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan dan/atau minuman untuk umum sebagai pelepas lapar dan dahaga. Menurut Rifani (2015) usaha katering merupakan usaha yang dapat didefinisikan sebagai salah satu jasa di bidang makanan dan minuman yang melayani pemesanan makanan dan minuman pada suatu acara maupun kebutuhan secara personal. Dari pengertian katering tersebut, akhirnya muncul sebuah bisnis katering yang menyediakan makanan dan minuman lalu didistribusikan secara komersial.

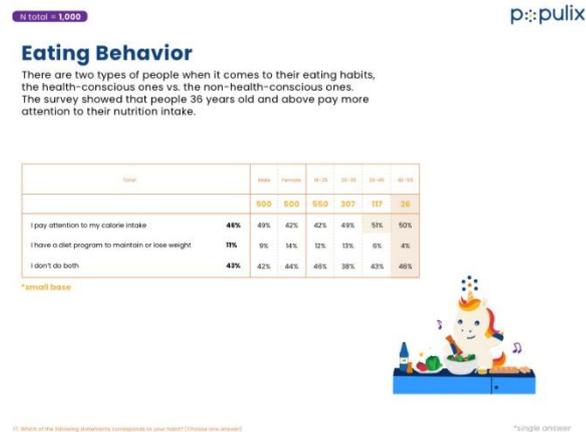
Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2020), katering adalah jasa penyediaan makanan atas dasar kontrak perjanjian dengan pelanggan, untuk periode tertentu. Usaha katering mencakup:

1. Kegiatan kontraktor jasa makanan (misalnya untuk perusahaan transportasi).
2. Kegiatan jasa katering berdasarkan perjanjian di fasilitas olahraga dan sejenisnya.
3. Kegiatan kantin atau kafetaria (misalnya untuk pabrik, perkantoran, rumah sakit atau sekolah) atas dasar konsesi.

4. Kegiatan jasa catering yang melayani rumah tangga.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix dengan judul “*Unveiling Indonesian Beauty and Dietary Lifestyle*”, Eileen Kamtawijoyo mengungkapkan bahwa hampir 6 dari 10 masyarakat Indonesia saat ini lebih memperhatikan kesehatan mereka melalui makanan yang dikonsumsi dan gaya hidup sehari-sehari. Para responden yang mengikuti survei tersebut berumur 18 hingga 55 tahun. Salah satu cara untuk menerapkan gaya hidup yang sehat yaitu menjaga komitmen untuk tetap konsisten dalam mengonsumsi makanan sehat. Hal ini dapat diwujudkan dengan berlangganan catering makanan sehat yang sesuai dengan kebutuhan diet masing-masing.

Gambar 1.2 Kebiasaan Makan Masyarakat Indonesia



Sumber: Populix, Tahun 2022

Berdasarkan hal tersebut, Penulis menerapkan konsep kustomisasi pada bisnis catering makanan sehat ini. Dampak baik dapat dirasakan oleh tubuh yang gemar mengonsumsi makanan dengan gizi seimbang, yaitu berkurangnya risiko penyakit kronis seperti obesitas (Heo *et al.*, 2011), penyakit jantung koroner serta beberapa jenis kanker dan stroke (Johnson *et al.*, 2003).

Kustomisasi berasal dari kata “*custom*” atau “*customization*” yang berarti sebuah proses merancang desain sebuah produk berdasarkan spesifikasi, kebutuhan, dan preferensi pelanggan. Konsep kustomisasi adalah upaya untuk menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen (Istijanto, 2007). Konsep ini mengacu pada pemenuhan kebutuhan konsumen dalam menawarkan produk catering karena setiap konsumen layak mendapatkan jawaban dari kebutuhannya. Penulis berupaya untuk memberikan tawaran ini sesuai dengan keinginan konsumen. Usaha bisnis catering ini menggunakan pendekatan kustomisasi dengan tujuan produk dapat diterima oleh konsumen secara keseluruhan dan dapat bertahan dalam jangka panjang. Penerapan kustomisasi ini dapat membuahkan hasil yang memuaskan bagi usaha bisnis. Dikutip dari Zulkarnain (2012) dan Usmara (2003), penerapannya adalah, sebagai berikut:

- 1) Harapan konsumen terhadap produk.

Dengan diterapkannya konsep kustomisasi, harapan konsumen akan menjadi relatif tepat terhadap sebuah produk. Akan tercipta sebuah pengalaman membeli yang menyenangkan, informasi dan janji dipenuhi dengan kenyataan. Dengan demikian, hasil yang akan dicapai adalah harapan konsumen terhadap produk akan meningkat.

- 2) Tingkat kepuasan konsumen.

Nilai sebuah produk akan meningkat jika dilakukan penerapan konsep kustomisasi, terpenuhinya harapan pelanggan terhadap produk. Dapat disimpulkan, kepuasan pelanggan akan meningkat ke arah yang lebih tinggi. Kehadiran Bontot *Catering* ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan sehat yang mudah diakses.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah sebuah organisasi yang menyediakan produk atau jasa dengan maksud mendapatkan laba (Griffin dan Ebert, 2007). Menurut Owen (2014), bisnis adalah sebuah perusahaan yang berhubungan dengan produksi dan distribusi barang-barang untuk dijual ke pasaran atau pun memberikan harga pada setiap jasanya.

Bontot *Catering* adalah sebuah usaha catering yang menyediakan paket makanan sehat dengan menyediakan berbagai macam pilihan karbohidrat, protein, sayur, dan minuman sehat. Penulis merencanakan sebuah konsep bisnis catering makanan sehat “*choose-on-your-own meal*” dengan judul: ‘*Get your healthy customized food conveniently!*’.

Penulis mendirikan bisnis catering ini untuk menyediakan produk yang berkualitas, variatif, mudah dan praktis dibawa kemana saja, serta memiliki daya tarik yang tinggi. Bisnis catering direncanakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen terkait asupan makanan sehat dengan profil konsumen yang akan diterapkan pada bisnis ini, yaitu mahasiswa, pekerja kantoran, bisnis transportasi, bahkan rumah tangga.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Menurut Kartika dan Dian (2013:3), logo adalah sebuah tanda atau gambar yang mengandung makna untuk melambangkan tujuan positif suatu produk atau jasa yang diwakilinya. Dapat disimpulkan bahwa setiap bisnis industri tentunya akan menjadi sebuah kesatuan yang utuh jika memiliki nama yang sesuai dengan identitasnya. Nama bisnis merupakan salah satu hal penting sebagai titik acuan para

konsumen untuk mengenal dan mengingat segala sesuatu dari sebuah bisnis. Hal ini merupakan suatu hal yang mempermudah konsumen dalam mengenal suatu bisnis karena sebuah nama selalu menjadi hal pertama yang masuk ke pikiran konsumen.

Penulis terinspirasi untuk menyiapkan sebuah nama Bontot *Catering*, hal ini merepresentasikan identitas pemilik catering yang terlahir sebagai anak terakhir. Beberapa masyarakat di Indonesia dalam berbahasa sehari-hari (*slang word* atau bahasa gaul), kata bontot dapat diartikan sebagai sebuah bekal makanan. Hal tersebut dapat mempresentasikan bahwa catering ini dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang salah satunya termasuk dalam kategori mahasiswa. Dipercantik dengan *tagline* 'Kreasikan Makanan Sehat Anda!' yang berarti Penulis memiliki harapan para konsumen akan mengingat bahwa makanan sehat yang segar dan nikmat dapat disiapkan sesuai dengan permintaan para konsumen. Penulis juga menyiapkan logo dengan gaya menarik, *fresh*, dan modern. Dengan desain logo ini, konsumen diharapkan akan mampu memotret *brand* dari bisnis catering ini dengan mudah.

Gambar 1.3 Logo Bisnis



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Logo tersebut merupakan representasi dari tujuan Penulis mendirikan bisnis katering ini. Terdapat beberapa elemen yang dapat menjelaskan tentang Bontot *Catering*, sebagai berikut:

1. Inisial “BC” yang mewakili nama Bontot *Catering* itu sendiri.
2. Warna pastel yang memberi kesan segar seperti bahan-bahan segar yang digunakan dalam produk katering.
3. Elemen sayur yang melingkar berarti sebuah siklus makan sehat akan terwujud jika menjadi pelanggan setia Bontot *Catering*.

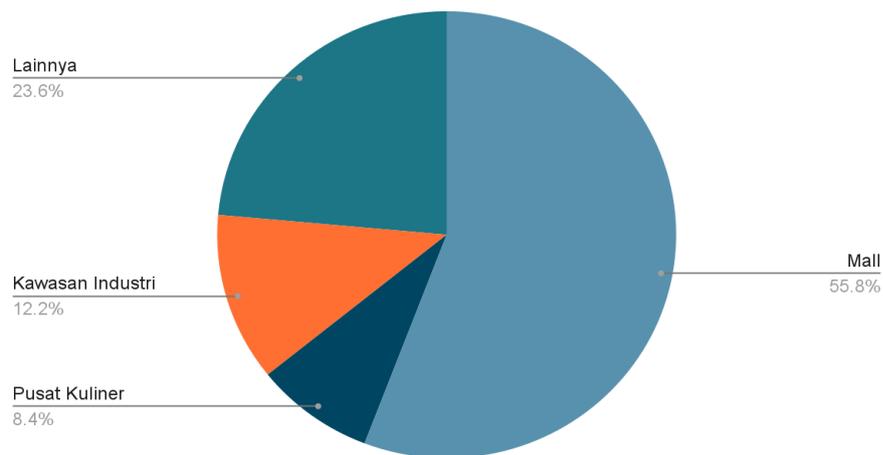
3. Identitas Bisnis

Segala aspek dalam dunia ini memerlukan sebuah identitas, tidak terkecuali sebuah bisnis. Memiliki nama dan *tagline* yang unik dapat memudahkan konsumen dalam mengenal serta mengingat produk dari sebuah bisnis. Menurut Moss dan Barbara (2011), identitas bisnis adalah sebuah pengertian yang diatur oleh sebuah perusahaan bagaimana perusahaan tersebut ingin diketahui, dideskripsikan, dihubungkan, dan diingat oleh masyarakat. Identitas bisnis yang kuat sangat penting untuk segala jenis bisnis usaha, termasuk salah satunya katering ini. Pengenalan merek, nilai, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan akan membantu pertumbuhan penjualan. Identitas merek dapat mewakili nilai dan kepribadian merek bisnis.

Penulis memiliki rencana untuk membangun bisnis katering ini di sebuah jantung kota di Provinsi Jawa Tengah, tepatnya di Jalan Pemuda, Sekayu, Semarang Tengah, Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah 50132. Hal ini dilakukan dengan alasan karena tempat ini merupakan tempat strategis yang sering dilewati oleh mahasiswa, siswa Sekolah Menengah Atas, bahkan pekerja kantor, dan instansi

pemerintahan. Selain itu, pesaing bisnis catering di kawasan ini yang masih sedikit akan memberikan peluang besar bagi bisnis catering ini untuk menarik perhatian para konsumen. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Statistik Indonesia (2020), berikut adalah jumlah persentase lokasi usaha di Indonesia.

Gambar 1.4 Banyaknya Usaha menurut Lokasi



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Gambar 1.5 Jalanan Konkret di Sekayu, Semarang Tengah



Sumber: Google Maps

C. Visi dan Misi

Menurut Kotler dalam visi yang dikutip oleh Nawawi (2017:12), visi adalah pernyataan tentang tujuan organisasi yang diekspresikan dalam produk dan

pelayanan yang ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang diperoleh serta aspirasi dan cita-cita masa depan. Sedangkan misi menurut Edison dkk (2018:26) adalah pernyataan-pernyataan yang menyatakan fungsi pokok, yang menjadi alasan keberadaan organisasi.

Visi seharusnya memberikan gambaran yang jelas untuk perkembangan sebuah bisnis baru. Hal ini dapat diwujudkan dengan misi-misi yang ada, sehingga waktu yang diperlukan untuk mewujudkan visi tersebut dapat diperkirakan. Dewasa ini untuk membangun sebuah bisnis makanan yang banyak diminati karena *trend* memang mudah untuk dilakukan, namun tidak mudah untuk tetap berada di jalur kendali dalam mempertahankan perkembangannya. Oleh karena itu, setiap pebisnis dituntut untuk mampu berpikir visioner dan menciptakan visi yang cemerlang.

1. Visi.

“Bontot *Catering* menjadi usaha katering makanan sehat nomor satu di Pusat Kota Semarang.”

2. Misi

- 1) Memproduksi katering makanan sehat dengan bahan yang berkualitas tinggi.
- 2) Menjual produk makanan sehat dengan harga yang terjangkau.
- 3) Menyediakan pelayanan dalam pemesanan makanan sehat yang berorientasi pada kepuasan konsumen.
- 4) Melakukan *quality control* secara berkala dalam produksi makanan.
- 5) Melakukan sebuah inovasi baru terkait dengan produk secara rutin.
- 6) Menyediakan tempat bagi konsumen untuk menyampaikan kritik dan saran.

D. SWOT Analysis

Menurut Rahmat (2014), *SWOT analysis* merupakan alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan mempelajari rencana analisis peluang akan sangat membantu dalam menentukan target, segmentasi, dan posisi pasar yang akan dijadikan sasaran. Sehingga, pengembangan bisnis ini dapat dilakukan secara optimal.

Dikutip dari Rosyda Nur Fauziah (2022), *SWOT analysis* ini terdapat 4 unsur dalam alat analisis ini, yaitu *Strength* berarti kekuatan, *Weakness* berarti kelemahan, *Opportunities* berarti kesempatan, dan *Threats* berarti ancaman. Dengan demikian, analisis SWOT dapat diartikan sebagai teknik perencanaan strategi maupun penyelesaian masalah yang dapat digunakan dalam membangun sebuah bisnis baru. Metode ini menekankan pada pentingnya peran faktor internal maupun faktor eksternal guna menyusun strategi perencanaan ide dan penyelesaian masalah secara efektif.

Berdasarkan teori *SWOT analysis* di atas, penulis melakukan strategi analisis peluang dari Bontot *Catering* dengan hasil sebagai berikut:

1. *Strengths*

Bontot *Catering* menyediakan berbagai macam pilihan menu makanan sehat. Selain itu, katering makanan ini menyediakan kesegaran bahan-bahan makanan dengan kualitas tinggi yang dapat dipilih sesuai keinginan para konsumen. Hal ini didukung dengan staff yang mumpuni dalam melakukan *quality control* sebelum mengolah bahan makanan tersebut menjadi sebuah produk. Lokasi

katering makanan yang strategis pun dapat menjadi hal yang mendukung berkembangnya bisnis ini.

2. *Weaknesses*

Pada sebuah bisnis, jika terdapat kekuatan dalam segala aspek bisnis tentunya akan dapat ditemukan beberapa kelemahan. Kelemahan dari konsep *make-your-own meal* ini dapat berupa variasi bahan-bahan yang mungkin akan menjadi sebuah kebosanan atau kejenuhan bagi para konsumen dalam jangka panjang. Selain itu, kekurangan dalam potensi sumber daya manusia secara aspek keterampilan dan kapabilitas.

3. *Opportunities*

Masih langkanya katering yang menyediakan makanan sehat sejenis ini dapat menjadikan suatu peluang bagi bisnis ini untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Selain itu, lokasi katering yang strategis ini dapat menjadi sebuah nilai lebih dalam meningkatkan nilai bisnis katering ini.

4. *Threats*

Ancaman eksternal yang mungkin saja muncul dari pesaing dapat berupa lahirnya bisnis baru yang menggunakan konsep serupa namun dengan *branding* yang lebih menarik. Sebuah kemunduran bisnis dapat dihindari dengan melakukan terobosan baru yang unik agar tetap menjadi sebuah magnet bagi para konsumen.

E. Spesifikasi Produk

Menurut Rendy F. (2017), spesifikasi produk didefinisikan sebagai uraian yang terperinci mengenai persyaratan kinerja sebuah barang/jasa atau uraian mengenai kualitas material yang diberikan oleh penyedia barang/jasa. Uraian

tersebut hendaknya memenuhi 5 W dan 1 H. What mengandung unsur kualitas barang/jasa, when mewakili waktu tersedianya barang/jasa, where mengandung unsur lokasi, who menyangkut target konsumen, why mewakili keterikatan barang/jasa dengan sasaran kegiatan, dan how menunjukkan bagaimana value barang/jasa tersebut dapat diperoleh.

Bontot *Catering* adalah sebuah usaha yang bergerak di bidang makanan atau kuliner yang menyediakan makanan sehat dengan beragam pilihan. Para konsumen dapat mengkreasikan pilihan karbohidrat, protein, hingga sayur mereka serta disediakan dengan berbagai pilihan *side dish* untuk menambah cita rasa makan. Disajikan dalam kemasan *paper box* yang mengusung kenyamanan, praktis ergonomis, dan mudah untuk dibawa ke tempat mana saja.

Gambar 1.6 Contoh Kemasan Produk



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Bontot *Catering* juga akan menyediakan beberapa minuman sebagai penunjang produk makanan itu sendiri. Penawaran *a la carte* maupun paket akan tersedia dalam katering ini. Dari segi pelayanan, katering makanan ini akan menerima pesanan dari pagi hingga sore dan bekerja sama dengan jasa antar *online*. Hal ini berarti konsumen dapat memesan produk makanan dan minuman secara

online melalui aplikasi penyedia layanan pengantaran makanan maupun secara *offline* dengan membungkus lalu dapat langsung dibawa pulang. Sehingga, konsumen dapat menikmati produk secara praktis meskipun sedang dalam kondisi terburu-buru.

Tabel 1.1 Nama dan Jenis Produk

No.	Nama	Jenis
1.	<i>Bontot Package</i>	<i>Signature Menu</i>
2.	<i>Half Moon Package</i>	<i>Alternative Menu</i>
3.	<i>Veggie Monster</i> (Brokoli, Selada, Bayam, dll.)	<i>A la Carte Menu</i>
4.	<i>Choices of Carbo</i> (Nasi, Kentang, dan Shirataki)	<i>A la Carte Menu</i>
5.	<i>Choices of Protein</i> (Tahu, Tempe, Telur, Ayam, <i>Seafood</i>)	<i>A la Carte Menu</i>
6.	Biji-bijian (Kedelai, kacang tanah, kacang merah)	<i>A la Carte Menu</i>
7.	<i>Radish Chicken Mayo</i>	<i>Side Dish Menu</i>
8.	<i>Bittermelon with Sweet Sauce</i>	<i>Side Dish Menu</i>
9.	<i>Pickled Cucumber</i>	<i>Side Dish Menu</i>
10.	<i>Smoothies & Juices</i>	<i>Beverage</i>
11.	Air Mineral	<i>Beverage</i>

Sumber: Olahan Penulis, 2023

F. Jenis/Badan Usaha

Sebelum memulai sebuah usaha bisnis, alangkah baiknya jika perencanaan bisnis dilakukan secara mendalam. Menentukan jenis atau badan usaha merupakan salah satu contoh dari perencanaan bisnis. Misi dan visi suatu usaha mempengaruhi jenis dari suatu usaha. Perusahaan Dagang atau Usaha Dagang (“PD”/”UD”) adalah suatu badan usaha yang dijalankan secara mandiri oleh satu orang saja dan tidak memerlukan suatu *partner* dalam berusaha (Irma Devita P., 2010). Terdapat beberapa usaha yang mengharuskan untuk memiliki jenis badan usaha hukum maupun non-hukum.

Badan Usaha sendiri memiliki 2 karakteristik yang dapat dibedakan menjadi, sebagai berikut:

1. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Menurut UU No. 19 Tahun 2002 Tentang Badan Usaha Milik Negara, BUMN adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Badan usaha yang termasuk dalam kategori ini, yaitu:

- a) Perseroan Terbatas (PT)
- b) Perusahaan Jawatan (Perjan)
- c) Perusahaan Perseroan (Persero)
- d) Perusahaan Umum (Perum)
- e) Yayasan
- f) Koperasi

2. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

Badan Usaha Milik Swasta, atau selanjutnya disebut sebagai BUMS, adalah badan usaha yang memiliki karakteristik tidak ada pemisahan antara kekayaan badan usaha dengan kekayaan pemiliknya. Badan usaha tersebut, sebagai berikut:

- a) Persekutuan Perdata (*Maatschap*)
- b) Firma (Fa)
- c) **Persekutuan Komanditer (CV)**
- d) Perusahaan Perseorangan (PO)
- e) Perusahaan Terbatas (PT)

Dari kedua jenis badan usaha di atas, Bontot Catering akan masuk ke dalam kategori jenis badan usaha Persekutuan Komanditer (CV). Dalam Pasal 19 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) ayat 1, dijelaskan bahwa CV adalah persekutuan secara melepas uang yang dinamakan persekutuan komanditer, didirikan antara satu orang atau beberapa sekutu yang bertanggung jawab untuk seluruhnya pada pihak satu, dan satu orang atau lebih sebagai pelepas uang pada pihak lain. Dengan singkatnya, CV terdiri dari persero aktif dan persero pasif/komanditer. Persero aktif bertanggung jawab atas harta pribadi, sedangkan persero pasif atas modal yang telah disetorkan ke dalam CV.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas dalam usaha merupakan sumber informasi yang bersifat resmi di mana di dalamnya memuat informasi terkait usaha tersebut dalam rangka memudahkan siapa saja yang memerlukan segala jenis data mengenai usaha tersebut (Amin Purnawan dan Siti Ummu Abdillah, 2020). Berdasarkan pengertian

tersebut, terdapat beberapa informasi terkait landasan yang telah diatur secara resmi dalam mendirikan CV, sebagai berikut:

1. Adanya perjanjian (Pasal 15 KUHD) yakni kesepakatan dari para pihak yang mau mendirikan usaha.
2. Pendirian oleh minimal 2 (dua) orang dalam di mana dari antara pendiri tersebut ada yang bertindak sebagai penyuplai modal dan ada yang bertindak sebagai penyumbang semua potensi tenaga dan pikiran untuk mengurus dan mengelola perusahaan.
3. Adanya akta notaris yang berbahasa Indonesia. Pada waktu pendirian CV, yang harus dipersiapkan sebelum pergi ke notaris adalah:
 - a. Calon nama CV yang akan digunakan, serta tempat kedudukan CV
 - b. Nama persero aktif dan persero pasif
 - c. Maksud dan tujuan spesifik dari pembentukan CV yang bersangkutan

Terdapat beberapa hal penting yang harus dipersiapkan dalam mendirikan CV, detail mengenai hal tersebut adalah:

1. Mendaftarkan akta pendirian CV oleh Notaris kepada panitera Pengadilan Negeri setempat (Pasal 23 KUHD) dengan membawa kelengkapan berupa Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama CV yang bersangkutan.
2. Dalam pendaftaran tersebut, para pihak yang termasuk dalam keanggotaan CV mendaftarkan akta pendirian CV atau dapat juga berupa ikhtisar resmi saja (Pasal 24 KUHD).

3. Para pendiri CV wajib mengumumkan akta pendirian atau ikhtisar resmi (Pasal 28 KUHD).
4. Surak Keterangan terdaftar sebagai Wajib Pajak.

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP).