

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, masyarakat banyak melakukan hal yang serba instan, keinginan yang serba instan ini dapat berpengaruh pada pola hidup masyarakat, hal tersebut dapat didukung oleh kemajuan teknologi dalam mempermudah kepentingan. Selain itu, dampak dari pandemi juga mempengaruhi pola hidup masyarakat yang awalnya masih menganggap remeh kesehatan sehingga masyarakat terbiasa dengan mengkonsumsi makanan sembarangan tanpa menghiraukan kesehatan dan kandungan nutrisi serta gizi pada makanan tersebut, namun ketika pandemi terjadi masyarakat mulai menyadari betapa pentingnya kesehatan dan kini tren gaya hidup sehat mulai menyebar luas di kalangan masyarakat.

Menurut Prima Tiara (2022:1627), gaya hidup sehat adalah suatu pilihan gaya hidup untuk melakukan beberapa hal guna membantu fungsi tubuh dengan pola hidup yang baik dalam jangka panjang secara komitmen sehingga memberikan efek kesehatan untuk tubuh. Dilihat dari teori tersebut, perilaku gaya hidup sehat dapat meliputi olahraga yang teratur, istirahat yang cukup, dan mengkonsumsi makanan dengan gizi dan nutrisi yang seimbang.

Dilansir dalam Kemenkes RI (2014), gizi seimbang adalah susunan pangan sehari-hari yang mengandung zat gizi dalam jenis dan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan tubuh dengan memperhatikan prinsip keanekaragaman pangan, aktivitas fisik, perilaku hidup bersih dan memantau berat badan secara teratur dalam rangka mempertahankan berat badan normal

untuk mencegah masalah gizi. Gizi yang baik dan optimal sangat penting untuk perkembangan fisik, kecerdasan, serta pertumbuhan normal bagi ibu hamil, ibu menyusui, bayi, anak-anak, serta seluruh kelompok umur. Kesehatan individu dan masyarakat akan meningkat dengan adanya gizi yang baik.

Asupan gizi dan nutrisi bagi ibu hamil menjadi peranan penting untuk mencegah masalah gizi dan menjaga kesehatan baik untuk ibu hamil tersendiri maupun untuk perkembangan dan pertumbuhan janin di dalam kandungan. Dalam hal ini, agar bayi terlahir sehat seorang ibu hamil harus dapat memenuhi kebutuhan gizi dan nutrisi dimasa kehamilannya.

**TABEL 1. 1**  
**Survey Kesadaran Ibu Hamil Tentang Asupan Gizi Dan Nutrisi di**  
**Kota Tasikmalaya**

**n=30**

No	Pertanyaan	Hasil
1.	Ibu hamil mengetahui pentingnya nutrisi yang diperlukan selama kehamilan.	90%
2.	Mengetahui pentingnya asam folat bagi ibu hamil.	70%
3.	Ibu hamil mengetahui pentingnya protein dan karbohidrat dan telah mengkonsumsinya sebagai makanan rutin yang dikonsumsi sehari-hari, meliputi tahu, tempe, telur, daging, dan susu.	90%
4.	Mengetahui pentingnya zat besi bagi ibu hamil.	60%
5.	Ibu hamil mengkonsumsi buah dan sayur sebagai menu pelengkap makanan.	80%

*Sumber: Peduli Kesehatan Ibu Hamil di Masyarakat Melalui Penyuluhan Asupan Gizi Bagi Ibu Hamil di Kelurahan Kahuripan Kota Tasikmalaya, Mardiana et al., n.d. (2020:314)*

Hasil survey di atas dilakukan terhadap 11 orang usia kehamilan trisemester kesatu, 7 orang di trisemester kedua, 12 orang di trisemester ketiga. rata-rata mengandung anak kedua, usia yang paling muda 19 tahun dan usia paling tua 42 tahun. Dari hasil survey tersebut bisa dilihat bahwa sebagian ibu hamil di kota Tasikmalaya sudah memiliki kesadaran tentang pentingnya asupan gizi dan nutrisi bagi ibu hamil dan janin yang ada di dalam kandungan.

Untuk data ibu hamil sendiri, di kota Tasikmalaya pada setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak terlalu signifikan. Dilansir dari open data jawa barat, jumlah ibu hamil di kota Tasikmalaya pada tahun 2020 terdapat 12181 orang.

Selain ibu hamil, gizi pada ibu menyusui pun harus seimbang karena berkaitan erat dengan produksi air susu ibu (ASI) yang diperlukan bagi perkembangan dan pertumbuhan bayi. Setelah melahirkan, sang ibu akan mengalami banyak peningkatan kebutuhan akan vitamin dan energi karena harus memberikan ASI eksklusif pada bayi sampai usia 6 bulan untuk menaikkan imunitas tubuh ibu dan bayi dan diperlukan pula pemenuhan protein utama bagi sang bayi, Litaay et al., n.d. (2021:58).

Pada golongan anak-anak di Indonesia tersendiri mengalami persoalan terkait dengan gizi ganda yang dimana sebagian anak mengalami kelebihan gizi dan sebagian anak mengalami kekurangan gizi pada waktu bersamaan. Kekurangan gizi/nutrisi dapat menyebabkan tubuh anak tidak dapat berkembang secara normal akibat terhambatnya pertumbuhan. Akumulasi pengalaman pertama anak dengan mengkonsumsi makanan

bergizi bisa mempengaruhi perkembangan kesukaan yang memicu pemilihan makanan dan regulasi diri anak sehingga terwujud pola makan yang sehat. Akan tetapi, tidak dapat dihindari banyak orang tua yang tidak terlalu memperhatikan hal tersebut, dikarenakan para orang tua lebih memilih jalan yang sensibel agar anak mau makan tanpa mempedulikan kandungan makanan yang dikonsumsi anak.

Kota Tasikmalaya sendiri angka *stunting* pada balita masih berada di 22,4%. *Stunting* disebabkan karena kurangnya asupan gizi pada anak-anak, hal ini membuktikan bahwa masih terdapat masalah gizi pada anak-anak di kota Tasikmalaya.

Kurangnya konsumsi masyarakat terhadap makanan bergizi disebabkan oleh berbagai faktor, yaitu kurangnya edukasi mengenai makanan bergizi, keterbatasan atau kurangnya waktu untuk menyiapkan makanan bergizi, dan lainnya. Konsumsi yaitu menggunakan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti pangan, sandang, papan, kebutuhan dasar, pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan pribadi dan keluarga lainnya, dikutip dari R Aldiyana (2022:1). Konsumsi pangan tentunya menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat karena pangan merupakan sumber energi yang membantu manusia untuk beraktivitas.

Tasikmalaya merupakan kota bagian Provinsi Jawa barat, terdapat 10 kecamatan di kota Tasikmalaya, kecamatan Kawalu menjadi kecamatan terluas yaitu 42.78 km<sup>2</sup> dan kecamatan Cihideung menjadi kecamatan tersempit yaitu 5.49 km<sup>2</sup>, pada perilaku ekonominya masyarakat Tasikmalaya mempunyai perilaku yang berbeda beda namun di Tasikmalaya sendiri

pengeluaran konsumsi terhadap makanan lebih besar daripada non makanan, R Aldiyana (2022:2).

Penulis telah melakukan survey yang ditujukan kepada para ibu khususnya ibu hamil, ibu menyusui dan yang mempunyai anak dengan rentang usia 5-14 tahun yang mana pada usia sekolah ini permasalahan gizi masih cukup tinggi.

**Tabel 1.2**  
**Survey Peminat *Catering* Sehat Bagi Ibu Hamil, Ibu Menyusui dan Anak-Anak Dengan Rentang Usia 5-14 Tahun**

**n = 25**

Pernyataan	Presentase
Selama masa kehamilan dan fase menyusui mengkonsumsi makanan dengan gizi seimbang.	52% (Sering) 48% (Jarang)
Hal yang membuat jarang mengkonsumsi makanan dengan gizi seimbang.	44% (Kesibukan pekerjaan) 24% (Ketidaktahuan tentang asupan gizi dan nutrisi) 20% (Tidak tau bagaimana cara mengolahnya) 8% (Faktor ekonomi) 4% (kesibukan karena usia anak yang terlalu dekat)
Berminat untuk membeli <i>catering</i> sehat bagi ibu hamil dan menyusui.	92% (Berminat) 8% (Tidak berminat)
Kebutuhan gizi dan nutrisi anak tercukupi.	68% (Ya) 32% (Tidak)
Hal yang membuat kebutuhan gizi dan nutrisi anak tidak tercukupi.	52,2% (Kesibukan orang tua) 34,8% (Ketidaktahuan tentang asupan gizi dan nutrisi) 8,7% (Faktor Ekonomi)
Berminat untuk membeli <i>catering</i> bento sehat untuk anak-anak.	92% (Berminat) 8% (Tidak berminat)

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Dari hasil survey di atas terdapat 48% para ibu hamil dan menyusui yang masih jarang mengkonsumsi makanan dengan gizi seimbang kemudian masih terdapat 32% anak-anak yang kebutuhan gizinya belum tercukupi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yang memiliki presentase paling tinggi ialah kesibukan dari setiap masing-masing individu.

Dengan adanya perubahan perilaku masyarakat yang didukung oleh beberapa faktor yang sudah penulis sebutkan di atas, maka hal ini bisa menjadi suatu peluang usaha untuk membuka suatu bisnis dibidang *Food & Beverage* salah satunya adalah katering.

Menurut Shaleh & Suci Irawan (2021:2) katering adalah salah satu usaha bentuk industri jasa, yang dimana produk utamanya adalah penjualan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Sedangkan menurut Rawis (2016:106) katering merupakan usaha yang melakukan kegiatan di bidang jasa yang pengelolaan makanan, minuman yang menyediakan/melayani permintaan makanan, minuman untuk berbagai macam keperluan di luar tempat usaha pada waktu tertentu, dengan melibatkan atau tidak melibatkan petugas dan perlengkapan berdasarkan perjanjian tertulis maupun tidak tertulis. Dari dua teori di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa katering merupakan jasa penyedia makanan yang melayani berbagai macam kebutuhan kelompok atau individual dengan beragam menu yang di tawarkan.

Berdasarkan analisa dan data yang penulis peroleh serta beberapa referensi yang mendukung ide dan masukan dalam menyusun Tugas Akhir berupa perencanaan bisnis katering yang dikhususkan untuk ibu hamil, ibu

menyusui, serta anak-anak dengan judul “**PERENCANAAN BISNIS *HAPPY MOMS & KIDS CATERING* DI KOTA TASIKMALAYA**”.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Menurut Allan Afuah (2004:1) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang ataupun jasa agar mendapatkan keuntungan dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat dan ada di dalam industri. Dalam konteks aktivitas, bisnis adalah sebuah pekerjaan yang dilangsungkan oleh individual ataupun organisasi untuk mendapat keuntungan atau laba yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang atau jasa. Sedangkan dalam konteks entitas, pengertian bisnis adalah suatu organisasi atau badan lain yang bergerak dalam kegiatan komersial, professional, atau industri untuk memperoleh keuntungan.

Katering adalah salah satu bentuk usaha dibidang jasa industri yang mana penjualan makanan dan minuman dengan pelayanan jasa lainnya yang berorientasi pada kepuasan konsumen adalah produk utamanya. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No. 1096/Menkes/PER/VI/2011, industri jasa boga diartikan sebagai usaha dalam pengelolaan pangan yang disajikan di luar tempat usaha berdasarkan pesanan yang dilakukan oleh badan usaha atau perseorangan. Berdasarkan kriteria luas jangkauan yang dilayani bisnis jasa boga yang penulis rencanakan termasuk kedalam golongan A3, yang dimana sudah menggunakan dapur khusus dan mempekerjakan tenaga kerja. Dengan memperhatikan dan memelihara

kesehatan konsumen maka bisnis *catering* ini akan berfokus terhadap pengendalian kualitas produk.

Untuk memberikan peran serta dalam berjalan lancarnya suatu bisnis yang memiliki nilai keuntungan bagi produsen dan konsumen maka bisnis jasa *catering* yang penulis rencanakan akan memberikan dampak sensitif kepada kesehatan konsumen, oleh karena itu pengendalian kualitas produk akan berkaitan dengan suatu sistem pengelolaan bahan makanan oleh orang-orang yang kompeten di bidangnya, memanfaatkan berbagai metoda penanganan bahan makanan dengan berbagai teknik mengolah bahan makanan sehingga menjadi makanan yang aman, sehat dan berpenampilan menarik, serta menggunakan peralatan yang tepat dan akurat.

*Happy Moms & Kids Catering* merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang jasa boga. Produk yang ditawarkan oleh penulis dalam perencanaan bisnis ini adalah hidangan makanan sehat yang disesuaikan dengan kebutuhan para pelanggan dengan penyajian hidangan yang cukup menarik dan unik yang menjadikan daya tarik produk.

Selain itu, untuk memperluas jangkauan pasar *Happy Moms & Kids Catering* akan bekerja sama dengan beberapa instansi seperti rumah sakit dan juga sekolah-sekolah swasta yang menyediakan makan siang bagi para muridnya.

*Customer Relationship Management (CRM)* merupakan upaya perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen yang bertujuan untuk memelihara kesetiaan dan komitmen konsumen agar tetap



menggunakan produk perusahaan yang bersangkutan (Schiffman et al., 2008:90). Adapun menurut Kottler & Amstrong (2010:14), CRM merupakan suatu proses membangun dan memberikan produk yang sangat bernilai untuk konsumen sehingga konsumen merasa puas. Salah satu penerapan untuk mewujudkan program CRM adalah dengan menggunakan sistem *membership*.

Menurut Santoso & Sutjipto (2013:23) *Membership* atau keanggotaan merupakan suatu pengakuan sebagai pelanggan yang bergabung dalam suatu organisasi perusahaan atau kelompok secara resmi dan diakui. Sistem *membership* ini memberikan keuntungan serta fasilitas yang lebih besar kepada pelanggan. Oleh karena itu bisnis *catering* ini akan menerapkan sistem *membership* dengan tujuan agar masyarakat dari berbagai kalangan ekonomi bisa menikmati makanan yang sesuai dengan kebutuhan gizi.

## **2. Deskripsi Nama dan Logo**

Penulis mengutip dari teori Kotler & Keller (2009:172) merek adalah nama, istilah, desain, lambang, atau kombinasinya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual dan mendiferensiasikan merek dari pesaing. Sebuah merek dapat membedakan produk satu dengan produk kompetitor lainnya karena setiap produk pasti memiliki karakteristik masing-masing. Penulis mengutip dari teori Kotler bahwa konsumen akan memandang *brand* sebagai bagian penting dari produk, dan juga pemberian *brand* dapat menambah nilai suatu produk.

Dengan teori yang sudah dipaparkan, pembuatan bisnis ini akan diberi nama "*Happy Moms & Kids*". Penulis mengambil dari bahasa Inggris yang berarti "Ibu dan Anak Bahagia". Dengan ini *Happy Moms & Kids* diharapkan dapat memberikan pengaruh *positive* terhadap kesehatan para ibu hamil, menyusui, serta anak-anak di kota Tasikmalaya sehingga dapat menciptakan kebahagiaan bagi mereka.

Menurut P.R. Smith, logo merupakan bahasa dari reaksi emosional, simbol, bentuk dan warna memiliki arti yang disengaja maupun tidak disengaja, atau arti yang disadari maupun tidak disadari. Sedangkan menurut Veronika Sitohang (2012:87) Logo menjadi suatu identitas merek yang mengkomunikasikan secara luas tentang produk pelayanan, dan organisasi dengan cepat. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa logo adalah sebuah identitas perusahaan yang dapat berperan sebagai alat komunikasi visual, berupa simbol atau bentuk dari suatu perusahaan yang memiliki arti atau makna tertentu yang dapat menarik pelanggan.

Dari beberapa deskripsi yang telah disebutkan sebelumnya dan dengan mempertimbangkan beberapa kriteria logo, seperti; nilai kekhasan, *legible*, *memorable*, dan kesederhanaan, maka penulis membuat sebuah logo untuk bisnis *catering* yang penulis rencanakan. Adapun *design* logo dari *Happy Moms & Kids Catering* adalah sebagai berikut:

## GAMBAR 1. 1

### Design logo *Happy Moms & Kids Catering*



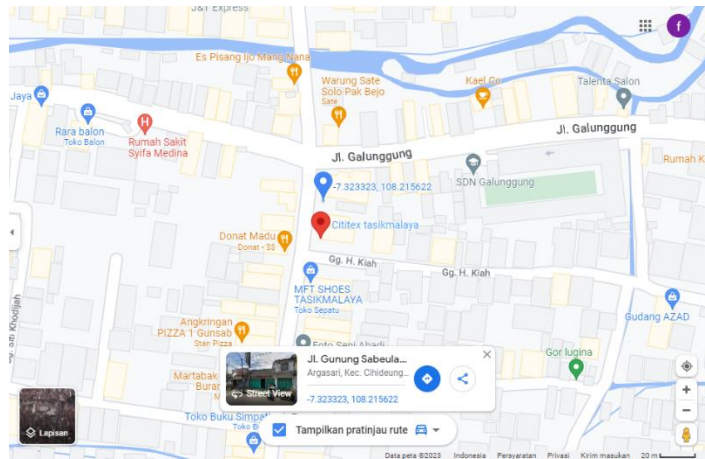
*Sumber: olahan penulis (2023)*

Berdasarkan design logo gambar 1.1, terdapat seorang ibu yang sedang menggendong anak yang memperlihatkan kebahagiaan mereka dan didukung oleh warna krem yang menawarkan kenyamanan dan kehangatan. Lalu di luar gambar ibu dan anak ada sebuah ikon *chef hat* yang mencitrakan sebuah usaha *catering*. Semua elemen tersebut disatukan di dalam sebuah ikon berbentuk pintu berwarna hijau yang mempresentasikan pelayanan maksimal dalam segala hal serta memberikan kenyamanan bagi para pelanggan. Penulis juga menggabungkan berbagai variasi warna untuk memberikan kesan kehangatan dan ceria.

### 3. Identitas Bisnis

Bisnis *catering* yang penulis rencanakan berlokasi di jalan Gunung Sabeulah, Argasari, Kecamatan Cihideung, kota Tasikmalaya, Jawa Barat. Lokasi ini berada di pusat kota dan sangat strategis.

**GAMBAR 1. 2**  
**Lokasi Usaha**



*Sumber: laman google maps (2023)*

**GAMBAR 1. 3**  
**Bangunan Untuk Usaha *Happy Moms & Kids Catering***



*Sumber: laman google maps (2022)*

### **C. Visi dan Misi**

Mengutip dari Aditama (2020:35) Visi dan misi merupakan arah dan tujuan dari sebuah organisasi untuk mencapai cita-cita organisasi sekaligus menjadi fondasi untuk menetapkan strategi apa yang harus dilakukan untuk

mencapai visi dan misi tersebut. Visi adalah apa yang perusahaan inginkan untuk masa yang akan mendatang. Pernyataan visi yang efektif adalah menggambarkan secara jelas gambaran dari perusahaan yang ingin dikembangkan. Dalam perencanaan bisnis ini, visi yang penulis ciptakan yaitu: *Happy Moms & Kids Catering* menjadi katering makanan sehat untuk ibu dan anak yang pertama dan dikenal di kota Tasikmalaya dengan mengedepankan kualitas produk serta memberikan pelayanan yang maksimal.

Untuk mendukung visi tersebut maka diperlukan sebuah misi. Penulis pun memiliki misi yang sudah penulis rangkai supaya usaha ini dapat berjalan sesuai dengan arah tujuan. Adapun misi dari *Happy Moms & Kids Catering* adalah sebagai berikut:

- Menyediakan paket makanan sehat yang telah disesuaikan gramasi nya sesuai dengan anjuran ahli gizi.
- Melakukan kegiatan promosi melalui media cetak maupun media sosial serta bekerja sama dengan *e-commerce*.
- Selalu mengedepankan pengendalian kualitas produk yang di bantu oleh orang-orang yang kompeten.
- Memanfaatkan berbagai metoda penanganan bahan makanan dengan berbagai teknik mengolah bahan makanan sehingga menjadi makanan yang aman, sehat dan berpenampilan menarik, serta menggunakan peralatan yang tepat dan akurat.
- Memberikan pelayanan yang maksimal dengan memprioritaskan keinginan pelanggan.

#### D. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan perencanaan strategi dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengembangan dalam suatu perusahaan dengan menganalisis faktor *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Santosa et al (2020:84). Dengan teori yang sudah penulis cantumkan di atas, adapun analisis SWOT dari perencanaan usaha *Happy Moms & Kids Catering* adalah sebagai berikut:

- ***Strength* (Kekuatan)**

Terdapat beberapa *strength* atau kekuatan dari bisnis *catering* yang penulis rencanakan, sebagai berikut;

- Kualitas produk yang terjamin.
- Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat maksimal.
- Kemudahan dalam mengakses *catering* ini melalui berbagai media.
- Beragam menu yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

- ***Weakness* (Kelemahan)**

*Weakness* atau kelemahan yang dapat penulis temui dalam perencanaan usaha *Happy Moms & Kids Catering*, yaitu;

- Harga bahan baku yang tidak selalu stabil.
- Mencari tenaga kerja yang kompeten.
- *Brand* usaha yang belum di kenal oleh pasar.

- ***Opportunity* (Peluang)**

*Opportunity* atau peluang yang dapat penulis lihat dari bisnis *catering* ini adalah;

- Belum ada usaha *catering* yang dikhususkan untuk ibu hamil, ibu menyusui, dan anak-anak di kota Tasikmalaya.
- Melihat kesadaran masyarakat yang semakin tinggi tentang pola hidup sehat menjadikan peluang besar untuk bisnis *catering* yang penulis rencanakan.
- **Threats (Ancaman)**

Tidak dapat dipungkiri, sebuah *threats* atau ancaman dalam usaha pasti ada. Adapun beberapa hambatan dalam perencanaan bisnis *Happy Moms & Kids Catering* ini, yaitu;

- Pesaing dengan bisnis serupa yaitu bisnis *catering* yang menyediakan *catering* sehat untuk diet yang menawarkan harga lebih rendah.
- Kemudahan dalam mengakses dan mencari informasi seputar kesehatan jadi tanpa membeli *catering* pun masyarakat bisa mengonsumsi makanan sehat.
- Keadaan ekonomi masyarakat kota Tasikmalaya yang masih rata-rata.

**TABEL 1. 2**  
**Analisis Matrix SWOT**

<p>FAKTOR INTERNAL</p> <p>FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p><b>Strength:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Kualitas produk terjamin.</li> <li>-Pelayanan yang diberikan maksimal</li> <li>-Kemudahan dalam mengakses</li> <li>-Beragam menu yang ditawarkan.</li> </ul>	<p><b>Weakness:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Harga bahan baku yang tidak selalu stabil</li> <li>-Mencari tenaga kerja yang kompeten</li> <li>-Brand usaha yang belum di kenal oleh pasar</li> </ul>
<p><b>Opportunity:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Belum ada usaha <i>catering</i> yang dikhususkan untuk ibu hamil di kota Tasikmalaya</li> <li>-Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi tentang pola hidup sehat</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>S / O</b></p> <p>Menyediakan produk yang berkualitas serta menjaga hubungan dengan pelanggan melalui pelayanan yang lebih intens</p>	<p style="text-align: center;"><b>W / O</b></p> <p>Melakukan promosi melalui semua media sosial yang ada serta menjalin kerja sama dengan ahli gizi untuk menciptakan promosi <i>word of mouth</i> agar menarik banyak pelanggan.</p>
<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pesaing dengan bisnis serupa yaitu <i>katering</i> sehat yang menawarkan harga lebih rendah</li> <li>-Kemudahan dalam mengakses dan mencari informasi seputar kesehatan</li> <li>-Keadaan ekonomi masyarakat Tasikmalaya yang masih rata-rata</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>S / T</b></p> <p>Menjual nilai dari produk dan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.</p>	<p style="text-align: center;"><b>W / T</b></p> <p>Harga yang di tawarkan mampu bersaing yang didukung dengan kelebihan yang ada serta melakukan promosi yang menarik.</p>

Sumber: Olahan Penulis (2023)



### **E. Spesifikasi Produk/Jasa**

Spesifikasi produk merupakan unsur-unsur penting produk yang di pandang oleh konsumen serta menggambarkan pengembangan dalam suatu produk agar dapat dijadikan asal mula dalam pengambilan keputusan pembelian, Fany Novita & Rahim, n.d, (2022:151). *Catering* yang penulis rencanakan dikhususkan untuk ibu hamil, ibu menyusui, dan anak-anak dengan rentang usia 5-14 tahun. *Catering* ini akan mengatur dan menyediakan asupan makanan yang disesuaikan dan dianjurkan untuk ibu hamil begitupun juga dengan ibu menyusui. *Catering* ini juga akan menyediakan *catering* bento yang dikreasikan dengan berbagai tema dan tentunya memperhatikan setiap kandungan gizi agar anak-anak tertarik dan memiliki nafsu untuk makan sayur dan buah. Untuk mendukung hal tersebut maka bisnis *catering* yang penulis rencanakan akan bekerja sama dengan ahli gizi.

### **F. Jenis/Badan Usaha**

Badan usaha perorangan atau perusahaan perseorangan ialah perusahaan yang dikelola, dimiliki, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dan aktivitas perusahaan. Bentuk usaha ini biasanya digunakan untuk kegiatan usaha kecil atau kegiatan usaha permulaan. Untuk perizinannya *relative* lebih ringan dan persyaratannya sederhana dibandingkan dengan jenis badan usaha lainnya (Ardhianto & Hanim, 2017:87).

Dari beberapa teori yang penulis peroleh maka penulis menetapkan badan usaha perseorangan sebagai badan usaha untuk bisnis yang penulis rencanakan.

## G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas dalam suatu bisnis atau perusahaan sangat penting karena merupakan jari diri yang melegalkan suatu badan usaha di tengah masyarakat yang dimana suatu bisnis atau perusahaan tersebut dipayungi dengan berbagai macam dokumen sehingga dipandang sah di mata hukum, Purnawan & Ummu Adillah, (2020:3).

Faktor legalitas dalam suatu usaha ini berupa kepemilikan izin usaha yang dimiliki, maka legalitas yang berlaku pada perencanaan bisnis *Happy Moms & Kids* adalah sebagai berikut;

1. Peraturan Direktorat Jenderal Pajak tentang kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak Nomor PER – 38/PJ/2013
2. Undang – undang tentang merek nomor 15 tahun 2001
3. Undang - undang Wajib Daftar Perusahaan pasal 1 nomor 3 tahun 1982
4. Undang – undang tentang Higiene Sanitasi Jasa Boga yang diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan nomor 1096 tahun 2011
5. Undang – undang tentang ketenagakerjaan nomor 13 tahun 2003
6. Peraturan Pemerintah tentang jaminan produk halal melalui pernyataan sertifikasi halal oleh MUI No 33 tahun 2004
7. Undang – undang Hukum Perdata tentang sewa menyewa properti yang diatur dalam pasal 1548 dan 1381