

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Industri pelayanan makanan dan minuman di Indonesia adalah salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan yang cukup pesat setiap tahunnya. Mengutip data berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikeluarkan pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 bisnis makanan dan minuman yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,64%) diantaranya merupakan restoran atau rumah makan, 269 (2,40%) berupa usaha catering dan sisanya 2.912 (25,95%) masuk dalam kategori lain nya. DKI Jakarta berada pada peringkat pertama sebagai provinsi dengan jumlah bisnis makanan dan minuman terbanyak di Indonesia dengan total mencapai 5.159 usaha pada tahun 2020.

DKI Jakarta merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang merupakan kota metropolitan terbesar di Indonesia. Pada pasal 6 UU Nomor 29 tahun 2007 menjelaskan bahwa Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai ibukota Negara kesatuan Republik Indonesia. Provinsi DKI Jakarta terbagi menjadi 5 wilayah administrasi dan 1 wilayah kabupaten administrasi. Bagian-bagian tersebut yakni Jakarta timur, Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Barat dan kepulauan Seribu. Selain itu juga DKI Jakarta merupakan pusat perekonomian Negara dan juga pusat pemerintahan. Memiliki luas wilayah 664,02 km<sup>2</sup> dengan kepadatan penduduk yang berjumlah 10.679.951 ditahun 2022 berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS).

Jakarta Pusat adalah salah satu dari 5 kota administrasi yang ada di DKI Jakarta, terdapat banyak perusahaan dan perkantoran dan yang beroperasi di Jakarta Pusat, seperti : PT Yoyota Motor Manufacturing, PT Astra Honda Motor, PT GS Battery, PT Ajinomoto Indonesia, Astra Internasional, Citra Towers, Springhills Office Towers, Gedung Perkantoran Primagraha Persada dan lain - lain.

Tingginya kepadatan dan aktifitas penduduk dan banyaknya sarana dan prasarana yang mendukung membuat kota Jakarta menjadi kota yang sibuk. Hal itu membuat para pengusaha mendirikan bisnis di bidang *foods and beverages* di kota Jakarta guna memenuhi kebutuhan makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok hingga menjadi gaya hidup masyarakat Jakarta. Hal itu bisa dilihat dari banyaknya usaha kuliner di Jakarta yang terus bertambah setiap tahunnya. Kesibukan masyarakat dalam kesehariannya membukakan peluang bagi para wirausaha untuk memenuhi kebutuhan akan makanan dan minuman untuk kesehariannya. Terdapat banyak cara dalam memenuhi kebutuhan utama mereka yaitu makanan dan minuman melalui restoran, kafe, kedai, bar, kedai minuman, catering dan lainnya baik itu didapatkan secara *online* maupun *offline*.

Dalam hal ini penulis berencana untuk membuat bisnis catering yakni “Catering Enyak” yang merupakan sebuah catering yang bukan hanya berfokus kepada penjualan makanan melainkan juga minuman (*mocktail*). Catering ini akan menyediakan makanan dan minuman ke berbagai instansi perusahaan pabrik instansi perkantoran, instansi sekolah, hotel, *event organizer* hingga penyedia jasa transportasi yang berfokuskan kepada penjualan nasi kotak/*lunchbox*, yang berlokasi di Kemayoran, Jakarta Pusat.

Pengertian catering secara umum menurut Sjahmien Moehyi (1992) “Catering adalah suatu jenis penyelenggaraan makanan dan tempat memasak, berbeda dengan tempat menghidangkan makanan. Makanan di angkut dan disajikan ke tempat lain seperti ketempat seperti pertemuan rapat, pesta, kantin atau kafetaria industry. Makanan yang dihidangkan bisa berupa makanan lengkap, makanan kecil, dan makanan rantang.” Dengan demikian, bisnis catering adalah suatu usaha untuk menyiapkan dan menyajikan makanan yang dipesan kepada sejumlah besar orang pada suatu acara khusus atau tertentu.

Latar belakang berkembangnya usaha catering di Jakarta adalah berkaitan dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Pola hidup masyarakat yang mayoritasnya bekerja/beraktivitas hingga malam hari, membuat kegiatan memasak sering kali dianggap sebagai hal yang merepotkan. Makadari itu lebih banyak orang yang lebih memilih untuk memesan makanan dari luar salah satunya ialah catering untuk keperluan acara mereka maupun untuk makan keseharian mereka. Selain itu juga berdasarkan hasil pra survey quisioner yang dibuat oleh website trenasia.com terdapat 3.138 responden yang terdiri dari 1.590 generasi-z dan 1.548 generasi milenial. Berdasarkan hasil riset tersebut didapatkan bahwa gen-z dan milenial (57%) lebih sering atau suka membeli makanan dari luar dibandingkan memasak makanan sendiri atau yang tersedia dirumah. Selain itu juga sebanyak 66% pekerja usia 26-35 tahun di kota Jakarta lebih memilih untuk makan siang di tempat kerja dengan memesan makanan melalui layanan pesanan antar maupun layanan catering dari pihak ketiga (Survei Neilsen, 2019).

Selain itu, dikutip dari situs Kompasnesia tradisi gotong royong di kota Jakarta sudah hampir mati, bahkan sudah sangat jarang dijumpai karena masuknya

era modernisasi dimana era modernisasi yang masuk ke Indonesia ini memberikan dampak bagi pembentukan karakter masyarakat. Namun mati tradisi ini justru membuka peluang baru bagi para pengusaha dibidang kuliner khusus nya jasa catering. Masyarakat diperkotaan yang akan menyelenggarakan acara perkumpulan atau suatu pesta dapat mengambil langkah praktis, yaitu dengan menggunakan jasa layanan catering.

Seseorang hanya perlu memilih menu masakan sesuai dengan keinginan dan membayar dengan jumlah yang telah dipesan daripada harus direpotkan dengan harus memasak sendiri untuk menyiapkan makanan bagi para tamu undangan. Oleh karena itu, bisnis catering cocok dijalankan dan memiliki prospek peluang yang menjanjikan khusus nya di kota Jakarta. Sebelum menjalan suatu bisnis seseorang harus mengamati terlebih dahulu target pasar dan pesaing bisnis/*competitor*, dibawah ini adalah hasil dari observasi penulis terhadap pesaing bisnis yang sejenis:

**TABEL 1.1 KOMPETITOR SEJENIS**

<b>Nama Usaha</b>	<b>Alamat</b>
Dapur Rupiah	Jl.Cempaka Baru 12 No.17 RT.07/08 Cempaka Baru, Kemayoran Jakarta Pusat 10640
Nurmayah Catering	Jl. Kepu Utara No.198C RT.07/04 Kemayoran Jakarta Pusat 10620
Jakarta Catering	Jl. Benyamin Suaeb RT.13/06 Kebon kosong, Kemayoran Jakarta Pusat 10630

*Sumber : Google 2023*

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan, pada perencanaan bisnis ini penulis memilih untuk menggunakan metode *Business Model Canvas* untuk merancang bisnis yang akan dibuat. Menurut Osterwalder,2012 Business Model Canvas merupakan salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran

tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Penulis juga membuat pra survey *online* sederhana melalui Google *form* untuk mengetahui seberapa butuh masyarakat terhadap bisnis catering. Pengisian pra survey dimulai pada tanggal 12 Oktober 2023 dan mendapatkan 36 responden, berikut data yang di dapatkan :

**TABEL 1.2 SERVEY KETERTARIKAN TERHADAP CATERING DENGAN MINUMAN**

**Hasil kuisioner n = (36)**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Sangat tertarik</b>	<b>Tidak tertarik</b>
Apakah anda tertarik untuk mencoba jasa catering (LunchBox) yang dimana disetiap makanannya terdapat aneka sambal khas nusantara dan sudah termasuk dengan minuman (Mocktail)?	31 Suara (86,1%)	5 Suara (13,9%)

<b>Pertanyaan</b>	<b>18.000-25.000</b>	<b>26.000-30.000</b>	<b>31.000-38.000</b>
Jika tertarik, berapa harga yang anda bersedia untuk membayar?	20 Suara (55,6%)	13 Suara (36,1%)	3 Suara (8,3%)

<b>Pertanyaan</b>	<b>Pelajar</b>	<b>Ibu rumah tangga</b>	<b>Pekerja/Karyawan/Wirausaha</b>
Profesi saat ini?	5 Suara (13,9%)	11 Suara (30,6%)	20 Suara (55,6%)

*Sumber : Googleform 2023*

Berdasarkan tabel pra survey diatas, ketertarikan masyarakat terhadap jasa layanan catering yang sudah termasuk dengan minuman (Mocktail) cukup tinggi. Maka dari itu berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan serta hasil pra survey yang didapatkan penulis berencana memanfaatkan peluang tersebut untuk mendirikan usaha catering yang sudah termasuk dengan minuman (Mocktail). Dimana catering tersebut akan menyediakan makanan khas Nusantara yang sudah termasuk dengan minuman (Mocktail) disetiap menu nya.

## **B. GAMBARAN UMUM BISNIS**

Bisnis menurut Hughes dan Kapoor (2010) Bisnis adalah suatu kegiatan terorganisir dan terpisah yang memproduksi serta menjual barang maupun jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **1. Deskripsi bisnis**

Menurut James C. Miller seorang ahli manajemen bisnis, mendefinisikan bisnis makanan adalah upaya yang melibatkan penyediaan makanan atau minuman kepada konsumen melalui berbagai saluran, seperti restoran, kafe, supermarket, atau layanan catering dengan maksud menghasilkan pendapatan dan keuntungan.

Bisnis catering adalah jenis usaha yang menyediakan pelayanan makanan dan minuman dalam jumlah besar untuk berbagai acara atau keperluan tertentu. Pelayanan catering dapat mencakup berbagai jenis acara, seperti pesta pernikahan, acara perusahaan, pertemuan, resepsi, acara social bahkan sebagai kebutuhan makanan sehari-harinya.

Berdasarkan peraturan yang dibuat oleh Menteri Kesehatan nomor 1096/Menkes/PER/VI/2011 mengenai Higieni Sanitasi Jasaboga (Permenkes 1096/Menkes/PER/VI/2011), dijelaskan bahwa terdapat 3 golongan jenis usaha catering yaitu golongan A, B dan C :

#### **1. Golongan A**

Merupakan catering yang bergerak guna memenuhi kebutuhan masyarakat umum. Sub kategori terbagi menjadi 3 bagian, yaitu Golongan A1 – yaitu catering yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan yang

menggunakan dapur rumah dan dikelola secara keluarga. Golongan A2 – yaitu catering yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan menggunakan dapur rumah dan memperkerjakaan tenaga kerja. Golongan A3 – catering yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan yang menggunakan dapur khusus dan memperkerjakan tenaga kerja .

## 2. Golongan B

Merupakan catering yang melayani kebutuhan masyarakat tertentu misalnya industry rumah sakit, asrama, pabrik dan lainnya. Golongan B ini disebut juga dengan corporate catering dan menggunakan dapur khusus serta mempekerjakan karyawan.

## 3. Golongan C

Merupakan catering yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di dalam transportasi umum internasional hingga pesawat udara.

Jika dilihat dari peraturan Menteri Kesehatan Indonesia, maka usaha catering yang akan didirikan oleh penulis termasuk pada jenis catering golongan A2, yaitu catering yang melayani kebutuhan masyarakat umum dengan pengolahan makanan menggunakan dapur rumah dan memperkerjakaan tenaga kerja profesional.

## **2. Deskripsi logo dan nama**

Pengertian Logo menurut Kartika dan Dian (2013:3) logo merupakan gambar atau tanda yang memiliki makna untuk melambangkan tujuan positif suatu produk ataupun jasa yang diwakilinya. Seiring perkembangan zaman logo dari sebuah *brand*/merk dibuat semakin sederhana tujuannya adalah tentu supaya desain yang simple dan sederhana jauh lebih diingat.

### GAMBAR 1.1 LOGO USAHA



*Sumber : Olahan Penulis (2023)*

Berdasarkan pada gambar 1 desain logo usaha dari Catering Enyak, nama Enyak dipilih karena Enyak adalah panggilan seorang ibu di suku betawi, karena lokasi usaha penulis berada di pusat kota Jakarta yaitu di Kemayoran yang dimana kebudayaannya masih sangat kental dan penulis juga berencana mayoritas juru masak tenaga kerja yang akan digunakan yaitu dari ibu-ibu yang sudah terlatih di sekitar lokasi bisnis. Menggunakan background berwarna kuning yang memiliki karakter sangat kuat dalam menarik perhatian atau *eye-catching*. Warna merah pada tulisan Enyak menggambarkan kesan hangat, gairah yang kuat dan gembira dari pelayanan catering enyak yang dibuat dengan cinta, warna merah juga diidentikkan sebagai pembangkit selera makan. Penggunaan warna hitam pada sebuah logo memberikan kesan yang eksklusif dan dapat diandalkan. Gambar seorang ibu di dalam logo adalah gambar dari Enyak itu sendiri yang melambangkan ketulusan seorang ibu ketika memasak, berbentuk persegi yang dapat diartikan stabilitas yaitu dalam bisnis catering ini dapat menjaga konsistensi rasa dan pelayanan.

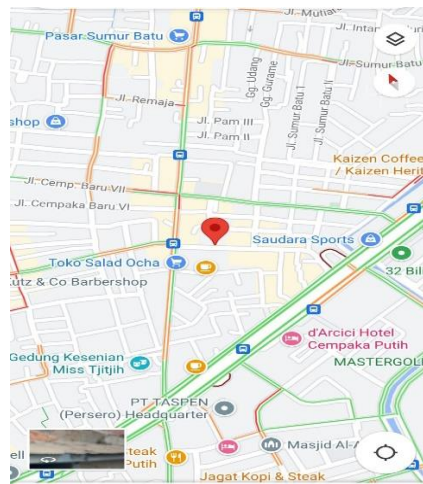


### 3. Identitas bisnis

Identitas bisnis atau *brand* merupakan salah satu elemen yang penting ketika seseorang ingin membangun suatu bisnis. *Brand* menurut Neumeier (2003:54) adalah reputasi, sebuah merek yang memiliki reputasi adalah merek yang menjanjikan, sehingga masyarakat percaya dan memilih merek tersebut.

Dalam perencanaan sebuah bisnis, salah satu yang menjadi unsur penting ialah pemilihan lokasi yang strategis untuk tempat berbisnis. Lokasi yang strategis dapat memudahkan penjual ke akses manapun dan memudahkan konsumen mendapatkan produk yang kita jual. Alasan penulis memilih lokasi di Kemayoran adalah karena lokasi tersebut terletak di tengah kota yang memiliki area perkantoran dan sekolah yang banyak. Lokasi yang dipilih juga adalah lokasi rumah penulis, dimana di rumah penulis terdapat area teras rumah/garasi mobil yang luas.

**GAMBAR 1.2 LOKASI USAHA**



*Sumber: Google Maps 2023*

### GAMBAR 1.3 BENTUK BANGUNAN USAHA



*Sumber: Olahan Penulis 2023*

#### a) Data perusahaan

1. Nama perusahaan : Catering Enyak
2. Bidang usaha : Kuliner
3. Jenis produk : Makanan dan minuman
4. Alamat perusahaan : Jl. Sudiro No.23 RT.02/04 Kemayoran, Jakarta  
Pusat
5. Bentuk badan usaha : CV

#### b) Data pendiri perusahaan

1. Nama : Ikhsan Faiq Raharjo
2. Tempat, tanggal lahir : Purwokerto, 11 Januari 2002
3. Alamat rumah : Jl, Sudiro No.23 RT.02/04 Kemayoran, Jakarta  
Pusat
4. Telepon : 0882-1187-8476
5. Email : [ikhsanfaiq3@gmail.com](mailto:ikhsanfaiq3@gmail.com)

### **C. VISI DAN MISI PERUSAHAAN**

Kata visi dan misi sering disebutkan dalam suatu organisasi. Biasanya visi dan misi dinyatakan dengan jelas ketika merumuskan tujuan masa depan suatu organisasi. Menurut KBBI visi merupakan sebuah kemampuan untuk melihat hakikat suatu permasalahan, prospek dan wawasan masa depan, serta kemampuan melihat hal-hal yang tidak kasat mata melalui kehalusan pikiran, jiwa dan ketajaman penglihatan. Sedangkan misi menurut KBBI misi memiliki arti sebagai peruntusan, kegiatan atau tugas. Jadi dapat disimpulkan bahwa visi adalah sebuah tujuan atau cita-cita dimasa depan dan misi adalah bagaimana cara menggapai tujuan atau cita-cita tersebut. Lalu bagaimana dengan usaha yang direncanakan oleh penulis? tentunya catering enyak mempunyai sebuah visi dan misi guna untuk menggapai kesuksesan bersama, dan berikut ini adalah visi dan misi dari Catering Enyak:

#### **VISI**

Menjadikan Catering Enyak sebagai penyedia jasa catering terbaik, dapat diandalkan dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan.

#### **MISI**

1. Memberikan penyajian makanan dan minuman yang berkualitas tinggi dan mengutamakan bahan baku yang segar dan berkualitas.
2. Selalu mendengarkan preferensi keluhan serta masukan dari para pelanggan.
3. Menjalankan prosedur pengolahan makanan sesuai dengan peraturan pemerintah.

4. Berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar.
5. Menjaga konsistensi produk dan ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan.

#### **D. ANALISIS SWOT**

Analisis SWOT pertama kali dikembangkan oleh Albert Humphrey pada awal tahun 1960-an. Menurutnya analisis SWOT adalah alat bantu individu atau organisasi untuk mengidentifikasi faktor internal (kelemahan dan kekuatan) serta faktor eksternal (ancaman dan peluang) yang bisa mempengaruhi tujuan mereka.

Tujuan utama dari analisis SWOT yaitu untuk membantu suatu organisasi atau perusahaan mengembangkan kesadaran penuh dari semua faktor yang terlibat dalam pengambilan keputusan bisnis. Terdapat 4 faktor dalam melakukan menganalisis SWOT yaitu aspek krusial dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Keempat aspek tersebut bermanfaat dalam meningkatkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, menciptakan peluang yang lebih baik, serta menghindari ancaman yang mungkin timbul di masa depan. Berikut adalah hasil analisis SWOT penulis terhadap Catering Enyak:

##### **1. Strength (Kekuatan)**

*Strength* atau kekuatan pada bisnis catering enyak diantara lain adalah seperti :

- Menu yang ditawarkan Catering enyak bervariasi, guna memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.
- Sudah termasuk dengan minuman (Mocktail) disetiap pembelian.

- Menggunakan tenaga kerja yang professional guna menjaga konsistensi rasa dan meningkatkan value produk.
- Lokasi usaha strategis, berada di tengah kota Jakarta dan akses yang mudah bagi kendaraan bermobil/motor

## **2. Weakness (Kelemahan)**

*Weakness* atau kelemahan, pastinya setiap usaha mempunyai kelemahan, dari hasil analisa penulis menemukan beberapa kelemahan di bisnis catering ini, diantaranya :

- Ketergantungan pada musim atau acara khusus.
- Keterbatasan perlengkapan dan kapasitas dalam pembuatan makanan.
- Target produksi yang hanya berfokus pada nasi kotak.
- Waktu pengiriman yang tidak sesuai dengan yang seharusnya, dikarenakan situasi perjalanan ketika mengantarkan makanan

## **3. Opportunities (Peluang)**

Terdapat peluang yang penulis amati dalam bisnis catering ini yaitu:

- Daya beli masyarakat yang terus meningkat guna mengefisiensi waktu untuk mendapatkan makanan, baik untuk keseharian maupun pada acara tertentu.
- Bermunculan nya perkantoran baru di Jakarta.
- Seringnya terselenggara acara local maupun komunitas.

#### 4. Threats (Ancaman)

*Threats* atau ancaman yang sudah penulis analisis dalam bisnis catering ini adalah

- Perubahan harga bahan baku yang mempengaruhi margin keuntungan.
- Banyak orang lebih memilih untuk memesan makanan online.
- Perubahan selera makan konsumen karna trend pasar.
- Bermunculan jasa layanan catering baru yang menawarkan inovasi baru

**TABEL 1.3ANALISIS SWOT MATRIX**

<p><b>SWOT ANALISIS</b></p>	<p><b><u>Kekuatan (S):</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menu yang ditawarkan Catering enak bervariasi, guna memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan.</li> <li>• Sudah termasuk dengan minuman (Mocktail) disetiap pembelian.</li> <li>• Menggunakan tenaga kerja yang professional guna menjaga konsistensi rasa dan meningkatkan value produk.</li> <li>• Lokasi usaha strategis, berada di tengah kota Jakarta dan akses yang mudah bagi kendaraan bermobil/motor</li> </ul>	<p><b><u>Kelemahan (W) :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketergantungan pada musim atau acara khusus.</li> <li>• Keterbatasan perlengkapan dan kapasitas dalam pembuatan makanan.</li> <li>• Target produksi yang hanya berfokus pada nasi kotak.</li> <li>• Waktu pengiriman yang tidak sesuai dengan yang seharusnya, dikarenakan situasi perjalanan ketika mengantarkan makanan</li> </ul>
<p><b><u>Peluang (O) :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya beli masyarakat yang terus meningkat guna mengefisiensi waktu untuk mendapatkan makanan, baik untuk keseharian maupun pada acara tertentu.</li> </ul>	<p><b><u>S-O :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berpotensi mendapatkan banyak konsumen dikarenakan bukan hanya berfokus kepada penjualan makanan saja</li> <li>• Bermitra dengan beberapa instansi</li> </ul>	<p><b><u>O-W :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan promosi semaksimal mungkin serta menarik konsumen.</li> <li>• Lebih mengedepankan kualitas untk menunjang kepuasan pelanggan.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bermunculan nya perkantoran baru di Jakarta.</li> <li>• Seringnya terselenggara acara local maupun komunitas.</li> </ul>	<p>sekolah, perkantoran hotel dan perusahaan lain nya</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari costumer yang bisa manjalin kerja sama secara transparant dan terbuka.</li> </ul>
<p><b><u>Ancaman (T) :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan harga bahan baku yang mempengaruhi margin keuntungan.</li> <li>• Banyak orang lebih memilih untuk memesan makanan online.</li> <li>• Perubahan selera makan konsumen karna trend pasar.</li> <li>• Bermunculan jasa layanan catering baru yang menawarkan inovasi baru</li> </ul>	<p><b><u>S-T :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktif melakukan pemasaran di social media guna menjangkau costumer yang luas.</li> <li>• Selalu melakukan inovasi baru terhadap menu makanan dan minuman.</li> </ul>	<p><b><u>W-T :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selalu mengamati tren pasar</li> <li>• Investasi di perlengkapan dapur</li> <li>• Selalu berinovasi dengan trend pasar</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis (2023)

## E. SPESIFIKASI PRODUK

Produk menurut salah satu ahli, yaitu Philip Kotler dan amstrong (2001:346) produk adalah segala sesuatu yang dapat dimiliki, dikonsumsi, ditawarkan dan dimanfaatkan untuk dapat memuaskan kebutuhan ataupun keperluan konsumen. Didalam nya mencakup wujud fisik, orang, jasa, tempat, organisasi bahkan suatu ide.

Catering Enyak berfokuskan terhadap penjualan makanan dan minuman secara delivery. Catering ini menyajikan menu yang bervariasi setiap harinya sehingga konsumen tidak akan merasa bosan dengan menu yang ditawarkan, terdapat Indonesian *food*, Asian *food* hingga Western *food* dengan ciri khas nya yaitu terdapat aneka sambal khas nusantara disetiap makananya, serta setiap menunya sudah termasuk dengan minuman (*Mocktail*), Catering Enyak juga

mengutamakan bahan makanan dan minuman yang berkualitas dan mementingkan kebersihan di setiap makanan maupun minuman agar aman dikonsumsi. Harga yang ditawarkan oleh Catering Enyak mulai dari 25.000 – 45.000 per paket. Catering Enyak dapat dipesan oleh seluruh masyarakat kota Jakarta, tetapi target pasar utamanya ialah kepada instansi pabrik, instansi kantor, instansi sekolah, hotel, event organizer dan penyedia jasa transportasi lintas provinsi.

## **F. JENIS ATAU BADAN USAHA**

Salah satu badan komersial dibidang pangan adalah CV (*Comanditaire Venootschap*). Menurut Purnamasari (2010:22) CV merupakan salah satu alternatif badan usaha yang dapat dipilih oleh para pengusaha yang ingin menjalankan kegiatan usaha dengan modal terbatas. Dalam hal ini catering Enyak akan dibentuk dengan badan usaha CV (*Comanditaire Venootschap*). Alasan mengapa jenis badan usaha yang penulis rencanakan berbentuk CV karena proses pembentukannya yang jauh lebih mudah dibandingkan dengan Perseroan Terbatas (PT). Serta CV tidak diwajibkan membayar modal saham yang ditentukan secara hukum. Selain itu, CV juga cocok untuk seorang wirausaha yang menargetkan target pasarnya lokal dan tidak berniat mencari pendanaan dari pihak asing.

Dalam mendirikan CV telah diatur dalam pasal 16-35 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), dimana bagi setiap individu yang ingin mendaftarkan badan usahanya CV hanya perlu membuat akta notaris yang kemudian didaftarkan ke Pengadilan Negeri dengan berkas penunjang pendukung seperti Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP) yang biasa dibuat oleh lurah serta NPWP atas nama CV tersebut.



## **G. ASPEK LEGALITAS**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, legalitas mengacu pada kedudukan hukum dan legal. Legalitas suatu badan usaha atau perusahaan merupakan faktor yang paling penting, karena legalitas merupakan jati diri yang mengesahkan atau melegalkan suatu badan usaha ditegah masyarakat. Berdasarkan Permenkes No. 1096/2011, usaha catering wajib memiliki setifikat laik hygiene santiasi boga (sertifikat laik) dan sertifikat kursus hygiene sanitasi makanan (sertifikat kursus). Selain itu dalam mendirikan usaha catering memerlukan perizinan guna menghindari suatu hal yang kemungkin berisiko serta dapat merugikan bisnis kedepan nya, serta mempermudah persaingan. Berikut bentuk perizinan yang diperlukan dalam mendirikan usaha catering, diantaranya :

1. Nomor pokok wajib pajak (NPWP), merupakan syarat ketentuan yang wajib dimiliki oleh semua wirausaha, ini berfungsi sebagai kunci agar lebih mudah mengurus perizinan yang lainnya.
2. Nomor induk berusaha (NIB), hal ini wajib dimiliki bagi wirausahawan, hal ini tertulis pada peraturan Pemerintah No 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegritas secara elektronik. Pada peraturan tersebut dijelaskan setiap wirausahawan diharuskan untuk mendaftarkan NIB ke lembaga OSS (Online Singel Submission) secara elektronik. NIB juga memiliki fungsi lain seperti Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Angka Pengenal Impor (API) dan sering dijadikan sebagai syarat mendapatkan SIUP dan Sertifikat Halal.
3. Sertifikasi laik sehat, ketika menjalankan bisnis di jasa boga yang harus diperhatikan ialah jaminan sanitasi dan kebersihan yang merupakan syarat

utama yang harus dipenuhi oleh wirausaha kuliner. Sertifikat laik sehat merupakan representasi dari jaminan higienisan dan sanitasi dari produk makanan. Permohonan sertifikat laik sehat dapat diajukan ke Dinas Kesehatan setempat dan berlaku selama 3 tahun.

4. Sertifikasi halal, dalam UU No.30/2014 menyatakan bahwa pemerintah mewajibkan sertifikasi halal dari majelis ulama Indonesia (MUI) untuk berbagai usaha. Sertifikasi halal juga dapat meningkatkan kepercayaan customer kepada pihak usaha.
5. Izin badan pengawasan obat dan makanan, (BPOM) sama halnya dengan sertifikasi halal, pelaku usaha juga harus mengurus izin edar dari BPOM supaya produk yang ditawarkan pada customer tidak diragukan.