

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Jawa Barat, Kota Bandung dikenal sebagai destinasi wisata yang diminati oleh pengunjung lokal, nasional maupun internasional. Selain menjadi basis penting pemerintahan Jawa Barat dengan kompleks kantor pemerintah yang tersebar luas diberbagai sudut kota, kota tersibuk di Indonesia salah satu nya adalah Kota Bandung.

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Kota Bandung diperkirakan mencapai 2,53 juta orang pada tahun 2021., menjadikannya sebagai kota terpadat di Jawa Barat dengan kepadatan penduduk mencapai 15,17 ribu jiwa per kilometer persegi dalam wilayah seluas 166,59 kilometer persegi. Fakta ini menempatkan Bandung dengan kepadatan tertinggi dibandingkan 26 kabupaten/kota lainnya di Jawa Barat. Kepadatan lalu lintas juga menjadi tantangan di Bandung, dengan banyaknya penduduk dari empat wilayah metropolitan Bandung yang beraktivitas atau bekerja di kota tersebut, meliputi Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Cimahi, dan Kabupaten Sumedang.

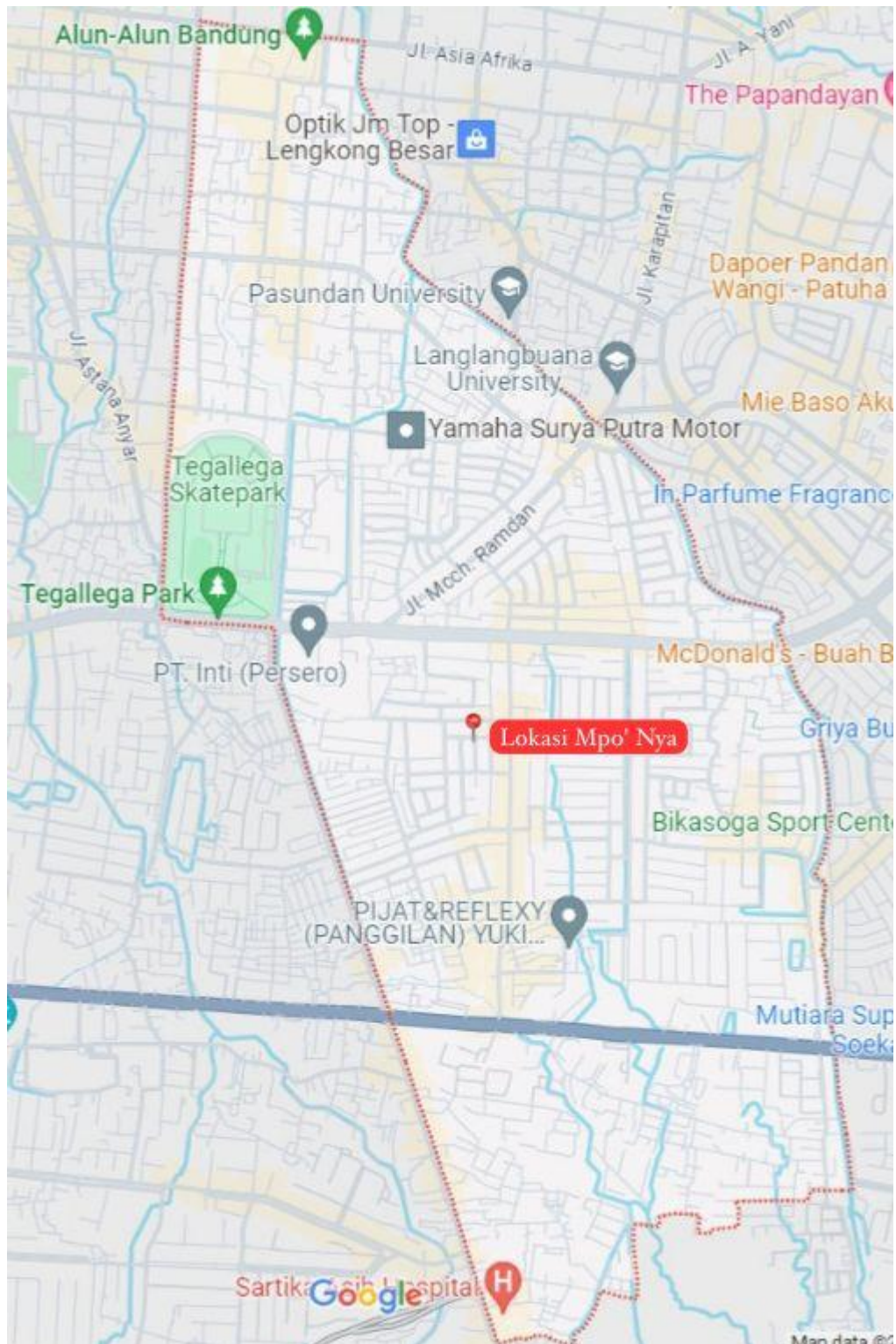
Padatnya aktivitas warga tercermin dari ritme keseharian yang dinamis di tengah keramaian Kota Bandung. Mulai dari padatnya lalu lintas yang menggambarkan mobilitas tinggi penduduknya hingga keberagaman acara budaya, olahraga, dan komunitas yang terus berlangsung setiap hari. Di sini, orang-orang

terlibat dalam berbagai kegiatan seperti pertemuan bisnis, kegiatan seni dan budaya, hingga aktivitas olahraga yang sering kali berlangsung secara berdekatan. Sibuknya jadwal warga Bandung mencerminkan semangatnya dalam menjalani kehidupan modern yang penuh dengan kegiatan produktif dan perencanaan diri. Meskipun terkadang terasa padat, semangat dan antusiasme mereka dalam mengejar aktivitas yang beragam adalah salah satu ciri khas dari gaya hidup dinamis di kota Bandung.

Ketika waktu menjadi hal yang berharga, merancang putaran makanan sehari-hari bisa menjadi tugas yang menantang. Terkadang, kebiasaan makan yang monoton dapat membuat seseorang merasa bosan dengan pilihan makanan yang terbatas. Ini memicu keinginan untuk mencari variasi makanan yang lebih menarik dan menggugah selera di tengah kesibukan yang padat. Di Bandung, kreativitas dalam menemukan opsi makanan yang berbeda menjadi penting, baik melalui eksplorasi tempat makan baru, memanfaatkan layanan pengiriman makanan dari restoran yang berbeda, hingga mencoba resep masakan baru di rumah. Inovasi dalam menciptakan variasi menu makanan menjadi semacam tantangan menyenangkan bagi mereka yang menghadapi keterbatasan waktu namun tetap ingin menikmati pengalaman kuliner yang beragam dan menarik.

Kecamatan Regol, yang terletak di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, merupakan salah satu kecamatan yang berlokasi di pusat kota. Kecamatan Regol memiliki luas wilayah sekitar 5,1 kilometer persegi dan berpenduduk sekitar 148.000 jiwa. Secara umum, Kecamatan Regol merupakan kawasan perumahan yang padat penduduk. Namun, terdapat juga beberapa kawasan bisnis dan industri di kecamatan ini.

Gambar 1 Denah Kecamatan Regol, Kota Bandung



Sumber: Google Maps, 2023

Kecamatan Regol memiliki beberapa objek wisata seperti Alun-Alun Bandung, Masjid Raya Bandung, Taman Tegalega, Museum Geologi, hingga Museum Konferensi Asia Afrika. Kecamatan Regol juga merupakan pusat pemerintahan Kota Bandung.

Kantor Wali Kota Bandung, Kantor DPRD Kota Bandung, dan Kantor Kejaksaan Negeri Kota Bandung berada di wilayah kecamatan ini. Berikut adalah beberapa informasi menarik terkait Kecamatan Regol:

1. Kecamatan Regol adalah salah satu kecamatan tertua di Kota Bandung.
2. Kecamatan Regol memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Bandung.
3. Kecamatan Regol kaya akan tempat wisata dan objek bersejarah.

Kecamatan Regol memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Kecamatan ini terletak secara strategis dan memberikan akses yang mudah ke berbagai area di Kota Bandung. Selain itu, Kecamatan Regol juga memiliki sumber daya manusia yang cukup memadai.

Menyediakan bisnis catering harian yang variatif dan terjangkau bisa menjadi solusi yang cerdas di tengah tuntutan gaya hidup yang serba cepat di Kecamatan Regol Kota Bandung. Dengan menyediakan pilihan menu yang beragam setiap hari, “Mpo’ Nya” tidak hanya menawarkan kenyamanan kepada pelanggan yang sibuk, tetapi juga memenuhi keinginan mereka akan variasi dalam makanan. Beragamnya menu akan memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menikmati makanan yang berbeda-beda setiap hari tanpa harus repot memikirkan rencana masak atau mencari tempat makan yang baru. Lalu, harga yang terjangkau akan menarik banyak orang, karena tidak hanya memenuhi kebutuhan variasi makanan tetapi juga

memperhitungkan faktor ekonomi. Bisnis catering harian yang mengutamakan keberagaman menu dan harga yang terjangkau bisa menjadi solusi yang sangat diapresiasi oleh masyarakat Kecamatan Regol Kota Bandung yang sibuk dan ingin menikmati variasi makanan tanpa repot.

B. Gambaran umum bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Suatu ringkasan atau gambaran umum yang berisikan rincian informasi dasar tentang suatu usaha atau perusahaan yaitu deskripsi bisnis. Deskripsi bisnis ini biasanya digunakan dalam perencanaan bisnis, proposal usaha, atau presentasi kepada investor dan pihak-pihak terkait. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang jelas tentang apa yang menjadi inti dari bisnis tersebut. Kevin Lane Keller (2016) menyampaikan bahwa “Deskripsi bisnis adalah ringkasan yang menyediakan pemahaman mendalam tentang tujuan, pasar sasaran, nilai proposisi, dan strategi bisnis perusahaan”.

“Mpo’ Nya” merupakan sebuah usaha bisnis catering harian yang menghadirkan kemudahan bagi pelanggannya dengan menyediakan hidangan lezat setiap hari. Dengan fokus pada kualitas, kebersihan, dan variasi menu, bisnis ini menyajikan pilihan makanan yang segar, bergizi, dan sesuai dengan preferensi pelanggan. Dari hidangan klasik hingga hidangan kreatif dan eksotis, catering harian ini memastikan untuk memenuhi selera dan kebutuhan nutrisi para pelanggannya. Dengan tim profesional di dapur yang ahli dalam menyajikan makanan berkualitas tinggi, bisnis catering harian ini membangun

hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui pengalaman kuliner yang memuaskan dan layanan yang terpercaya.

Bisnis catering harian memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari untuk individu yang sibuk. Tidak hanya menyediakan makanan yang lezat tetapi juga memberikan kenyamanan dan kemudahan. Dengan fokus pada kesegaran bahan baku, keberagaman menu, dan penggunaan teknik memasak yang inovatif, bisnis ini berupaya untuk memenuhi selera dan kebutuhan gizi pelanggan mereka. Melalui pengiriman tepat waktu dan layanan yang ramah, catering harian ini menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan hidangan berkualitas tanpa harus repot memasak setiap hari.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 2 Logo Mpo' Nya



Sumber: Olahan Penulis, 2023

a. Logo

Dalam bukunya yang berjudul "Logo", Michael Evamy menggambarkan logo sebagai "penKonsumen identitas yang menggambarkan kepribadian, karakter, atau esensi dari entitas atau produk yang mewakilinya.", Kartika dan Wijaya (2015:36) menegaskan, "Logo merupakan visual yang memerlukan elemen pendukung identitas secara bersama-sama untuk membangun sebuah merek yang kuat".

Logo catering Mpo' Nya adalah desain yang sederhana. Huruf "Mpo" adalah kombinasi dari huruf "Mpo" dan "Nya", yang keduanya adalah huruf dari alfabet yang sama. Logo ini memiliki makna yang mendalam. Huruf "Mpo" dan "Nya" mewakili nilai-nilai kekeluargaan, kehangatan, dan kelembutan. Logo ini juga melambangkan cita-cita catering Mpo' Nya untuk menyediakan makanan yang lezat dan berkualitas dengan pelayanan yang ramah dan penuh perhatian.

Huruf-huruf dalam logo catering Mpo' Nya disusun secara diagonal. Desain ini memberikan kesan dinamis dan modern. Desain diagonal dalam logo catering Mpo' Nya melambangkan cita-cita catering Mpo' Nya untuk terus berinovasi dan berkembang. Catering Mpo' Nya ingin menjadi salah satu catering terbaik di Indonesia yang selalu memberikan yang terbaik bagi para pelanggannya.

Logo catering harian Mpo' Nya menggambarkan sebuah rumah dengan sebuah piring, garpu, dan pisau. Rumah merepresentasikan kehangatan serta kenyamanan, sementara piring, garpu, dan pisau mewakili aspek makanan dan kebersamaan. Secara keseluruhan, logo ini menyiratkan bahwa

Mpo'Nya Catering bertujuan menyuguhkan hidangan lezat dan bernutrisi bagi para pelanggan. Hidangan tersebut tak hanya memenuhi kebutuhan makan, melainkan juga menciptakan atmosfer yang hangat dan nyaman, seperti di rumah.

Logo ini juga menggunakan warna coklat. Warna ini juga sering dianggap sebagai warna yang dapat dikonsumsi, alami dan kuat. Warna coklat juga memberikan kesan elegan dan berkelas. Warna coklat dalam logo Mpo' Nya menggambarkan kehangatan, kenyamanan, dan kesederhanaan. Nuansa warna ini memperkuat pesan logo bahwa Mpo' Nya Catering menyajikan hidangan yang lezat, bergizi, dan simpel untuk pelanggannya. Warna coklat mewakili kehangatan, kenyamanan, dan kesederhanaan. Dalam konteks logo ini, warna tersebut menunjukkan bahwa hidangan dari Mpo' Nya Catering akan membawa rasa nyaman, membuat pelanggan betah, dan menikmati makanan yang sederhana namun lezat.

b. Nama

Seth Godin seorang pakar pemasaran digital, dalam bukunya yang berjudul "*Purple Cow*"(2002), berpendapat bahwa merek yang sukses adalah merek yang berbeda dari yang lain. Merek ini harus menciptakan narasi dan koneksi emosional dengan pelanggan sehingga mereka lebih memilih produk atau layanan tersebut daripada produk atau layanan lainnya. Godin menyoroti bahwa nama bisnis adalah salah satu elemen terpenting dalam membangun merek.

Nama bisnis yang baik harus unik, mudah diingat, dan memiliki arti atau makna tertentu. Nama bisnis yang baik juga harus dapat menciptakan narasi dan koneksi emosional dengan pelanggan. Nama bisnis yang menciptakan narasi adalah nama bisnis yang memiliki cerita atau latar belakang tertentu. Nama bisnis ini dapat membantu pelanggan memahami nilai dan identitas merek. Nama bisnis yang menciptakan koneksi emosional adalah nama bisnis yang dapat menyentuh perasaan pelanggan.

Dalam bahasa Betawi, "Mpo" atau Mpok merupakan sebutan, sapaan atau panggilan untuk seorang perempuan dengan usia yang lebih tua. Kata "Mpo" sering digunakan untuk mengungkapkan rasa hormat juga kasih sayang terhadap orang yang lebih tua. Nama merek "Mpo' Nya" dapat diartikan sebagai "masakan ibu". Nama ini melambangkan bahwa bisnis katering ini menyajikan makanan yang lezat dan bergizi, seperti masakan yang dibuat oleh ibu di rumah.

Nama merek ini juga dapat diartikan sebagai "masakan yang dimasak dengan cinta". Kata "nya" dalam bahasa Jawa dan Sunda dapat berarti "milik" atau "dari". Dalam konteks ini, "nya" dapat diartikan sebagai "masakan dari ibu". Nama ini menunjukkan bahwa makanan yang disajikan oleh bisnis katering ini dibuat dengan cinta dan perhatian, seperti masakan yang dibuat oleh ibu di rumah.

Secara keseluruhan, nama merek "Mpo' Nya" memiliki makna yang positif dan menyentuh perasaan. Nama ini dapat menarik perhatian dan resonansi dengan target pasar bisnis katering ini, yaitu orang-orang yang mencari makanan yang lezat, bergizi, dan dibuat dengan cinta. Nama ini

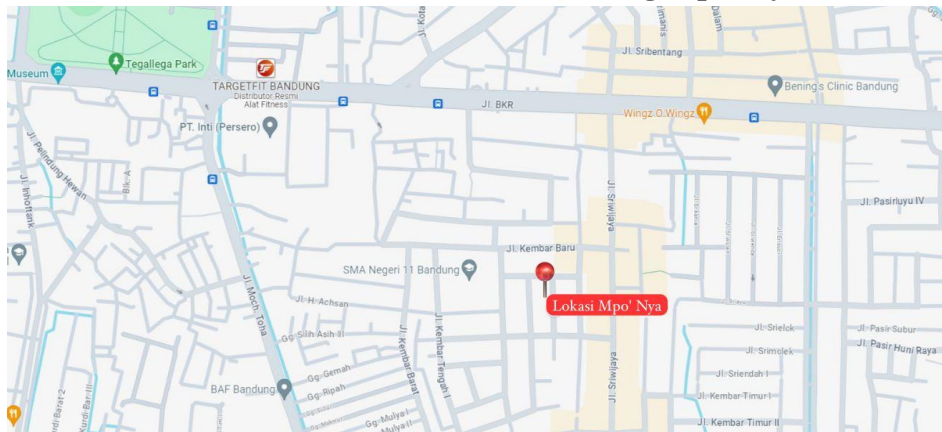
dapat mencerminkan nilai-nilai seperti kepedulian, perhatian, dan kenyamanan.

3. Identitas Bisnis

Sering kali juga disebut sebagai identitas merek, identitas bisnis mencakup elemen-elemen yang membedakan suatu bisnis dari yang lainnya. Identitas bisnis mencerminkan nilai-nilai, citra, dan pesan-pesan inti yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada pelanggan dan masyarakat luas. Keseluruhan identitas bisnis membantu menciptakan citra merek yang kuat dan mengenali merek tersebut di mata pelanggan. Identitas bisnis yang kuat membantu menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan, membedakan merek dari pesaing, dan menciptakan kepercayaan di pasar.

Langkah awal rencana membuka layanan catering harian di mulai dari rumah yang bertempat di Jalan Kembar Baru Selatan II no.6, RT. 002, RW. 011, Kelurahan Cigereleg, Kecamatan Regol, Kota Bandung, Jawa Barat - 40253. Area dapur menjadi basis operasi utama, sehingga dapur ditata untuk memaksimalkan efisiensi dalam mempersiapkan hidangan-hidangan segar setiap hari. Selain itu, turut disediakan area penyimpanan yang aman dan bersih untuk bahan-bahan baku. Ruang tamu yang nyaman akan menjadi tempat bagi klien atau konsumen untuk menjemput pesanan atau menikmati hidangan di tempat. Kemudahan akses lokasi juga menjadi perhatian sehingga memudahkan pelanggan untuk pengambilan atau pengantaran pesanan. Dengan berfokus pada kualitas, kenyamanan, kebersihan, dan aksesibilitas, bisnis catering harian rumahan ini dapat dimulai secara positif.

Gambar 3 Lokasi Produksi Katering Mpo' Nya



Sumber: Google Maps, 2023

Rencana lokasi bisnis katering harian yang berada di dalam perumahan Kembar serta dikelilingi perumahan lainnya. Lokasi bisnis dikelilingi oleh sekolah-sekolah seperti SMA Negeri 11 Bandung, Sekolah Dasar Bina Talenta, dan masih banyak lainnya. Lokasi tersebut juga dekat dikelilingi kantor. Kehadiran di dalam perumahan memberikan kemudahan bagi para pelanggan yang mencari hidangan berkualitas di tengah kesibukan mereka. Dikelilingi oleh sekolah-sekolah, dapat memberikan layanan katering untuk acara sekolah atau bahkan untuk para orang tua yang menginginkan makanan berkualitas bagi keluarga mereka setelah menjemput anak-anak dari sekolah. Selain itu, dekat dengan perkantoran memungkinkan untuk menjangkau profesional yang mencari makanan sehat dan lezat selama jam istirahat atau untuk rapat bisnis. Kombinasi lokasi yang strategis ini memungkinkan untuk menjadi pilihan utama bagi mereka yang menginginkan katering harian yang berkualitas dan mudah diakses dalam lingkungan yang ramah dan terintegrasi dengan kebutuhan sehari-hari.

C. Visi dan Misi

Pada dasarnya, visi serta misi merupakan dua elemen kunci pada perencanaan strategis yang digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk membimbing arah dan tujuan.

1. Visi

Menurut Edison dkk (2018:26), “Sebuah cita cita atau pernyataan ujuan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi di masa mendatang sehingga lebih difokuskan kepada program jangka panjang yang disebut sebagai visi”. Sementara Menurut Kotler yang dikutip oleh Nawawi (2017:12), “Sebuah tujuan dari organisasi yang diperoleh serta pendapat dan cita-cita masa depan yaitu visi.”

Mpo’Nya memiliki visi untuk dapat “Menjadi penyedia layanan catering harian terbaik dengan menyajikan makanan yang lezat, bergizi, dan ekonomis di Bandung pada tahun 2027.”

2. Misi

Seperti dikutip dalam Nawawi (2017:14), “Misi merupakan alasan mendasar terbentuknya suatu organisasi pada dasarnya”. Sedangkan menurut Edison dkk (2018:26) “Misi berisikan bagaimana fungsi pokok menjadi alasan adanya suatu organisasi”. Adapun misi yang dimiliki oleh catering Mpo’Nya, sebagai berikut:

- a. Menyediakan makanan dengan harga terjangkau, lezat dan bergizi.
- b. Menggunakan bahan-bahan berkualitas dan resep tradisional.
- c. Memasak dengan mempertimbangkan kondisi kesehatan pelanggan.
- d. Memberikan layanan yang memuaskan kepada pelanggan.

D. SWOT Analysis

SWOT *analysis* merupakan suatu pendekatan perencanaan untuk mengetahui Kelebihan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) yang dimiliki oleh organisasi. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, analisis SWOT adalah "proses mendefinisikan isu-isu kritis yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan." SWOT Analisis dapat membuat rencana tindakan apa yang lebih baik untuk mencapai tujuan.

Analisis SWOT adalah sebuah alat yang sangat bermanfaat untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan sebuah bisnis. Dalam hal catering harian, analisis ini dapat memberikan wawasan yang krusial.

Kekuatan (*Strengths*) dari layanan catering harian dapat mencakup keahlian kuliner yang unik, menu yang bervariasi, kualitas bahan baku yang tinggi, dan pelayanan yang personal. Kelemahan (*Weaknesses*) mungkin melibatkan keterbatasan dalam kapasitas produksi, ketergantungan pada pasokan bahan baku tertentu, atau tantangan dalam pengiriman yang efisien.

Peluang (*Opportunities*) untuk bisnis catering harian bisa berupa pertumbuhan permintaan akan makanan sehat dan praktis, kolaborasi dengan perusahaan-perusahaan lokal untuk acara-acara, atau ekspansi ke pasar yang lebih luas melalui media sosial dan promosi online. Sementara itu, ancaman (*Threats*) mungkin terkait dengan persaingan yang ketat dari catering lain, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan tren konsumen yang mempengaruhi permintaan.

Dengan memahami faktor-faktor ini, bisnis catering harian dapat mengenali langkah-langkah untuk meningkatkan kekuatan, menangani kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul.

Analisis SWOT ini memberikan bantuan dalam menyusun strategi yang lebih baik, meningkatkan pelayanan, serta membuat keputusan yang lebih tepat guna untuk mengembangkan bisnis secara lebih efektif dan efisien.

Analisis SWOT menjadi landasan yang penting untuk mengarahkan strategi bisnis catering harian. Kekuatan dalam hal keahlian memasak yang unik, menu yang bervariasi, dan pelayanan yang personal dapat dijadikan pijakan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Namun, kelemahan seperti keterbatasan kapasitas produksi atau ketergantungan pada pasokan bahan baku dapat menjadi hambatan dalam memenuhi permintaan yang meningkat.

Peluang bagi catering harian mungkin terletak pada meningkatnya permintaan akan makanan sehat dan praktis di kalangan individu dan keluarga yang sibuk. Kolaborasi dengan perusahaan atau acara lokal juga bisa menjadi celah untuk ekspansi bisnis. Meski demikian, ancaman dari persaingan yang ketat dari layanan catering sejenis, fluktuasi harga bahan baku, atau perubahan tiba-tiba dalam preferensi konsumen perlu menjadi perhatian serius.

Dengan menerapkan analisis SWOT yang terkait dengan catering harian, pemilik bisnis dapat mengenali strategi untuk mengoptimalkan keunggulan, menangani kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengantisipasi ancaman. Hal ini mempermudah penyusunan rencana yang lebih terfokus, penguatan pada bidang-bidang yang memerlukan perbaikan, serta pengambilan keputusan yang lebih tepat guna menjaga pertumbuhan dan kelangsungan bisnis catering harian.

Gambar 4 Analisis Swot Katering Mpo' Nya

	<p>STRENGTHS</p> <p>1. Penyedia makanan sehat yang lezat dan otentik</p> <p>2. Menggunakan bahan-bahan lokal berkualitas dan segar</p> <p>3. Menyediakan ragam variasi pilihan menu</p> <p>4. Harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor</p>	<p>WEAKNESSES</p> <p>1. Kapasitas produksi dengan jumlah sedikit</p> <p>2. Daya tahan produk yang tidak terlalu lama</p> <p>3. Hanya melayani konsumen yang berada di kecamatan Regol</p>
<p>OPPORTUNITIES</p> <p>1. Pertumbuhan Pasar Katering Korporat</p> <p>2. Kerja sama dengan pasar lokal</p>	<p>S/O</p> <p>memiliki potensi untuk pertumbuhan yang signifikan</p>	<p>W/O</p> <p>memiliki peluang yang besar untuk memanfaatkan pertumbuhan pasar katering korporat dan kerja sama dengan pasar lokal.</p>
<p>THREATS</p> <p>1. Persaingan pasar dengan nama yang lebih besar</p> <p>2. Produk mudah ditiru</p>	<p>S/T</p> <p>meningkatkan branding dan inovasi produk untuk membedakan diri dari pesaing yang lebih besar</p>	<p>W/T</p> <p>mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kuat</p> <p>meningkatkan efisiensi produksi</p>

Sumber : Olahan penulis, 2023

1. *Strengths* (Kekuatan)

a. Penyedia makanan sehat yang lezat dan otentik

Katering "Mpo' Nya" menawarkan makanan yang tidak hanya lezat, tetapi juga sehat dan otentik. Hal ini dapat menjadi daya tarik

utama bagi pelanggan yang mencari makanan rumahan yang berkualitas.

b. Menggunakan bahan-bahan lokal berkualitas dan segar

Penggunaan bahan-bahan lokal yang berkualitas dan segar dapat meningkatkan rasa dan kualitas makanan, serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

c. Menyediakan ragam variasi pilihan menu

Katering "Mpo' Nya" menyediakan berbagai macam pilihan menu, sehingga pelanggan dapat memilih sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka.

d. Harga yang lebih murah dibandingkan dengan competitor

Katering "Mpo' Nya" menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan competitor sekitar, sehingga dapat menjadi pilihan yang lebih ekonomis bagi pelanggan.

2. Weakness (Kekurangan)

a. Kapasitas produksi dengan jumlah sedikit

Kapasitas produksi yang terbatas dapat menjadi hambatan bagi katering "Mpo' Nya" untuk memenuhi permintaan yang tinggi.

b. Daya tahan produk yang tidak terlalu lama

Daya tahan produk yang tidak terlalu lama dapat menjadi masalah bagi pelanggan yang ingin memesan makanan untuk disimpan atau dibawa bepergian.

c. Hanya melayani konsumen yang berada di kecamatan Regol

Jangkauan layanan yang terbatas dapat membatasi jumlah pelanggan yang dapat dijangkau oleh katering "Mpo' Nya".

3. Opportunities (Peluang)

a. Pertumbuhan Pasar Katering Korporat

Pertumbuhan pasar katering korporat dapat membuka peluang bagi katering "Mpo' Nya" untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan.

b. Kerjasama dengan pasar lokal

Katering "Mpo' Nya" dapat menjalin kerjasama dengan pasar lokal untuk mendapatkan bahan-bahan makanan dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau.

4. Treats (Ancaman)

a. Persaingan pasar dengan nama yang lebih besar

Persaingan dengan katering yang lebih besar dan memiliki nama yang lebih terkenal dapat menjadi ancaman bagi katering "Mpo' Nya".

b. Produk mudah ditiru

Produk yang mudah ditiru dapat membuat katering "Mpo' Nya" kehilangan keunggulan kompetitifnya.

Berdasarkan analisis SWOT di atas, berikut adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh katering "Mpo' Nya":

- 1. Meningkatkan branding dan inovasi produk untuk membedakan diri dari pesaing yang lebih besar.**
 - a. Mengembangkan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan.
 - b. Membangun website dan media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan.
- 2. Mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kuat untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.**
 - a. Melakukan promosi di media sosial dan platform online lainnya.
 - b. Meminta testimoni dari pelanggan yang puas untuk meningkatkan kredibilitas.
- 3. Meningkatkan efisiensi produksi untuk mengatasi keterbatasan kapasitas produksi.**
 - a. Menerapkan sistem manajemen produksi yang terstruktur.
 - b. Melatih karyawan untuk meningkatkan keahlian dan produktivitas.
- 4. Meningkatkan daya tahan produk untuk memperluas jangkauan layanan.**
 - a. Mengembangkan metode pengemasan yang lebih baik.
 - b. Menawarkan layanan pre-order untuk memungkinkan pelanggan memesan makanan di muka.
- 5. Menjalin kerjasama dengan pasar lokal dan perusahaan korporat untuk meningkatkan peluang bisnis.**
 - a. Menyediakan layanan katering untuk perusahaan korporat.
 - b. Menjalin kerjasama dengan influencer dan blogger makanan untuk mempromosikan produk.

Katering "Mpo' Nya" memiliki beberapa kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk berkembang. Namun, juga perlu mengatasi beberapa kelemahan dan ancaman yang ada. Dengan menerapkan strategi yang tepat, katering "Mpo' Nya" dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai kesuksesan di masa depan.

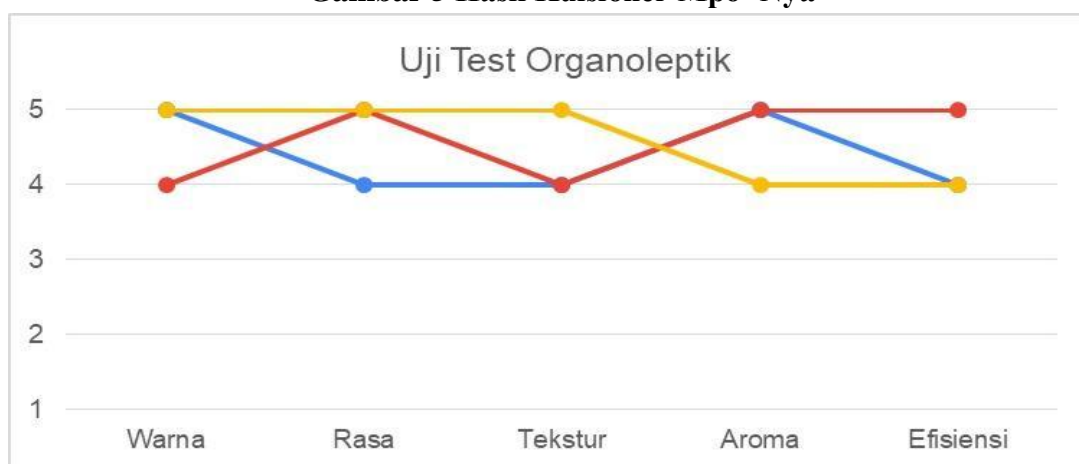
E. Spesifikasi Produk/jasa

Spesifikasi produk atau jasa merujuk pada deskripsi terperinci tentang ciri, fitur, dan standarr kualitas yang diharapkan dari suatu produk atau jasa. Tahap menetapkan spesifikasi ini memiliki peran krusial dalam proses perencanaan produk atau jasa untuk memastikan bahwa kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi sepenuhnya. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, spesifikasi produk adalah "daftar karakteristik yang diinginkan oleh pembeli yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan mereka."

Rencana usaha katering harian Mpo' Nya telah melalui serangkaian uji tes *organoleptik* yang mendalam oleh para ahli dan non-ahli di bidangnya. Produk yang akan ditawarkan, baik katering harian perorangan maupun katering harian keluarga, telah menjalani proses pengujian yang teliti terhadap aspek-aspek seperti rasa, aroma, tampilan, dan konsistensi. Uji tes ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap hidangan yang disajikan tidak hanya memenuhi standarr kualitas yang tinggi, tetapi juga mampu memuaskan beragam selera konsumen. Dengan menghadirkan ragam menu sehat, lezat, dan berkualitas, rencana usaha katering harian ini bertujuan untuk menjadi pilihan utama bagi individu maupun keluarga yang mengutamakan kenyamanan dan kualitas makanan dalam kehidupan sehari-hari.

Penulis melakukan uji organoleptik dengan melibatkan tiga orang dosen dari program divisi seni kuliner di Politeknik Pariwisata NHI Bandung untuk mengevaluasi produk catering harian dari Mpo'Nya. Uji organoleptik ini mencakup penilaian terhadap aspek-aspek seperti rasa, aroma, tekstur, warna dan efisiensi produk, dengan tujuan untuk mendapatkan feedback yang mendalam mengenai kualitas sensorik dari hidangan yang disajikan oleh Mpo'Nya. Partisipasi para dosen yang ahli di bidang seni kuliner ini memberikan dimensi penilaian yang profesional dan berharga terhadap produk catering harian tersebut.

Gambar 5 Hasil Kuisisioner Mpo' Nya



Sumber: Olahan Penulis, 2023

Data di atas diperoleh melalui evaluasi panel rasa yang dilakukan di kampus penulis. Sebanyak tiga panelis memberikan respons tanpa adanya sugesti. Skala 0 hingga 5 mencerminkan tingkat preferensi panelis, dimulai dari 0 yang berarti tidak menyukai hingga 5 yang menunjukkan kecenderungan sangat menyukai.

Hasil uji tes organoleptik menunjukkan bahwa produk catering harian dari Mpo' Nya memiliki kualitas yang baik dan pantas untuk dikonsumsi. Rata-rata nilai menunjukkan bahwa hidangan-hidangan tersebut memiliki warna menarik, rasa lezat, tekstur pas, aroma menggugah selera, dan efisiensi yang baik.

F. Jenis/Badan Usaha

Dalam konteks hukum bisnis di Indonesia, peraturan pemerintah mendefinisikan badan usaha sebagai "setiap usaha yang mempunyai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh satu orang atau lebih yang terorganisir secara bersama-sama." Lembaga ini memiliki tujuan ekonomi untuk menghasilkan keuntungan, dan para pemiliknya dapat berpartisipasi dalam manajemen dan kepemilikan badan usaha tersebut. Ada beberapa jenis badan usaha yang umumnya dikenal, dan berikut adalah beberapa di antaranya:

1. Perusahaan Perseorangan (*Sole Proprietorship*):

- a. Karakteristik: Dimiliki oleh satu orang (pemilik tunggal).
- b. Keuntungan: Pemilik memiliki kendali penuh, dan proses pengelolaan sederhana.
- c. Kerugian: Tanggung jawab pribadi atas utang bisnis, keuangan pribadi tercampur dengan bisnis.

2. Persekutuan (*Partnership*):

- a. Karakteristik: Dua orang atau lebih berbagi kepemilikan dan tanggung jawab.
- b. Keuntungan: Dibagi antara mitra, struktur manajemen fleksibel.
- c. Kerugian: Tanggung jawab pribadi, bagian keuntungan harus dibagi.

3. Perseroan Terbatas (*Limited Liability Company/LLC*):

- a. Karakteristik: Anggota memiliki perlindungan hukum terhadap tanggung jawab pribadi.
- b. Keuntungan: Fleksibilitas manajemen, tanggung jawab terbatas, keuntungan dapat diberikan kepada anggota.

- c. Kerugian: Beberapa batasan dalam penerbitan saham, struktur manajemen mungkin kompleks.

4. Perseroan Terbatas (*Limited Liability Partnership/LLP*):

- a. Karakteristik: Kombinasi tanggung jawab terbatas dengan struktur kemitraan.
- b. Keuntungan: Perlindungan hukum, struktur manajemen fleksibel.
- c. Kerugian: Beberapa keterbatasan, terutama terkait dengan kepemilikan dan manajemen.

5. Perseroan Terbatas (*Limited Company atau Corporation*):

- a. Karakteristik: Entitas hukum terpisah dengan saham yang dapat diperdagangkan.
- b. Keuntungan: Tanggung jawab terbatas, kemudahan dalam mengumpulkan modal dari penjualan saham.
- c. Kerugian: Struktur manajemen yang kompleks, regulasi yang lebih ketat.

6. Badan Usaha Milik Negara (BUMN):

- a. Karakteristik: Dimiliki dan dioperasikan oleh pemerintah.
- b. Keuntungan: Berfokus pada kepentingan publik, pengaruh besar dalam ekonomi.
- c. Kerugian: Birokrasi, risiko politik, mungkin kurang efisien.

7. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS):

- a. Karakteristik: Dimiliki dan dioperasikan oleh entitas swasta atau individu.

- b. Keuntungan: Fokus pada keuntungan, fleksibilitas dalam pengambilan keputusan.
- c. Kerugian: Tanggung jawab penuh atas keberhasilan atau kegagalan bisnis.

Setiap jenis badan usaha punya kelemahan dan kelebihan yang unik dan pemilihan tergantung pada faktor seperti skala bisnis, sifat bisnis, tanggung jawab hukum, dan preferensi pemilik atau pemegang saham. Pemilihan yang tepat dapat memberikan dasar yang kokoh untuk kesuksesan bisnis.

Berdasarkan bentuk kepemilikannya, rencana usaha catering harian Mpo' Nya ini akan menjadi jenis usaha perseorangan yang menghadirkan pelayanan catering yang personal dan terfokus. Bisnis perseorangan (*sole proprietorship*) di mana pemilik tunggal bertanggung jawab atas seluruh operasi, keputusan, dan keuntungan maupun kerugian yang dihasilkan dari usaha tersebut. Meskipun mudah didirikan dan memiliki kontrol penuh. Yang dimaksud dengan perusahaan perseorangan yaitu usaha yang dipimpin, dimiliki, dan dipertanggungjawabkan kepada seorang. Perusahaan Perseorangan tidak memiliki badan hukum yang terpisah dari pemiliknya, sehingga pemilik perusahaan secara pribadi bertanggung jawab pada segala bentuk utang serta kewajiban perusahaan.

G. Aspek Legalitas

Hikmahanto Juwana menyatakan bahwa “Aspek legalitas adalah pertanggungjawaban terhadap hukum. Suatu tindakan atau keputusan dianggap sah dan memiliki legalitas yang sesuai dengan undang-undang.”

Ketika memiliki bisnis catering harian sebagai usaha perseorangan, memahami dan memenuhi aspek legalitas menjadi krusial. Pertama-tama, izin usaha lokal sangat penting. Hal ini mencakup perizinan dari pemerintah setempat atau instansi terkait yang diperlukan untuk menjalankan usaha catering di lokasi tertentu. Dokumen dan izin ini dapat bervariasi berdasarkan aturan dan regulasi yang berlaku di wilayah tempat usaha beroperasi.

Membuat badan usaha persero di bidang catering harian melibatkan beberapa langkah dan persyaratan tertentu. Berikut adalah langkah-langkah dan persyaratan umum yang perlu dipersiapkan:

1. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

NPWP merupakan salah satu syarat yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha, termasuk mereka yang bergerak di bidang catering harian. NPWP berperan sebagai kunci untuk mengurus izin-izin lain yang diperlukan. Saat ini, proses perolehan NPWP telah disederhanakan dengan memungkinkan pembuatannya secara online melalui platform ereg.pajak.go.id.

NPWP pribadi dan perusahaan catering harian Mpo' Nya akan diproses pada Februari tahun 2024.

2. Nomor Induk Berusaha (NIB)

NIB bisa dianggap sebagai identitas resmi bagi para pelaku usaha. Setiap pelaku usaha harus memiliki NIB, yang juga dapat menggantikan dokumen seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Angka Pengenal Impor (API), dan TKonsumen Daftar Industri (TDI). Prosedur pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) saat ini dapat diselesaikan dengan cepat dan praktis melalui

portal resmi Online Single Submission (OSS). Dengan demikian, pendaftaran NIB dapat dilakukan secara daring.

Nomor Induk Berusaha untuk catering harian Mpo' Nya Akan didaftarkan pada Februari tahun 2024.

3. Sertifikasi Halal

Untuk menjawab kebutuhan sebagian besar penduduk Indonesia yang menganut agama Islam, serta sesuai dengan UU No 30/2014, sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjadi wajib. Hal ini berlaku untuk berbagai usaha, termasuk catering. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, khususnya di segmen pasar produk halal. Pendaftaran dapat diakses melalui ptsp.halal.go.id

Sertifikasi halal untuk catering harian Mpo' Nya akan didaftarkan pada Februari tahun 2024.