

---

## RENCANA BISNIS PENGEMBANGAN USAHA KATERING “PAON JAHE SEREH CATERING”

Bayu Purna Yudha  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara  
bpurnayudha@gmail.com

Masuk : 06-06-2020 , revisi : 26-06-2020 diterima untuk diterbitkan : 26-06-2020

---

**Abstract:** The culinary industry in Indonesia continues to grow, supported by many traditional foods and foods from abroad. Based on data compiled from Badan Ekonomi Kreatif, culinary industry contributed 41,4% of the gross domestic product (GDP) of the creative economy subsector in 2016. Until 2018, the total contribution of the creative economy to GDP reached Rp. 1,100 trillion. “Paon Jahe Sereh Catering”. offers hygienically processed food and provides quality services. The purpose of developing the “Paon Jahe Sereh Catering” business is to expand the target market from school catering, as well as employee catering and family catering. From the results of calculations on the financial aspects for 5 years, NPV of 415.155.01, PI of 2.84, IRR of 45,706% are obtained, and payback periode is 2 years 6,2 month, so that from these results it can be concluded that the catering business development project is feasible to run.

**Keywords:** Catering, Hygienes, Business Plan

**Abstrak:** Industri kuliner di Indonesia terus berkembang, didukung dengan banyaknya makanan tradisional maupun makanan dari luar negeri. Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Ekonomi Kreatif, industri kuliner berkontribusi 41,4% terhadap produk domestik bruto (PDB) subsektor ekonomi kreatif tahun 2016. Hingga 2018, total kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB mencapai Rp. 1.100 triliun. “Paon Jahe Sereh Catering” menawarkan makanan yang diproses secara higienis dan memberikan layanan yang berkualitas. Tujuan dari pengembangan usaha “Paon Jahe Sereh Catering” ini adalah memperluas target pasar dari katering sekolah, juga ke katering karyawan dan katering keluarga. Dilihat dari perhitungan keuangan selama 5 tahun, dengan investasi awal Rp. 225.000.000,- didapatkan NPV sebesar 415.155.017, PI sebesar 2,84, IRR sebesar 45,706% dan *Payback Period* 2 tahun 6,2 bulan, sehingga dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proyek pengembangan usaha katering ini layak untuk dijalankan.

**Kata Kunci:** Katering, Higienis, Bisnis Plan

### PENDAHULUAN

Aktifitas yang tinggi membuat sebagian orang tidak sempat untuk menyiapkan kebutuhan makanan yang sesuai bagi diri dan keluarganya. Kebutuhan akan makanan yang bersih, higienis serta memiliki komposisi gizi yang lengkap terus meningkat seiring meningkatnya pengetahuan masyarakat tentang kesehatan. Makanan higienis adalah makanan yang tidak mengandung racun atau zat yang bisa membahayakan kesehatan serta tidak mengandung kuman penyakit. (Hanifa & Luthfeni, 2006). Melihat situasi itu, “Paon Jahe Sereh Catering” hadir untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pada awalnya “Paon Jahe Sereh Catering” memfokuskan diri pada katering bagi anak-anak khususnya anak sekolah, namun untuk memenuhi kebutuhan makanan selain di sekolah, konsumen juga dihadapkan pada kebutuhan makanan selama di rumah maupun di tempat kejanya. Melihat masalah-masalah tersebut, “Paon Jahe Sereh Catering” menetapkan 2 alternatif strategi bersaing (Porter, 2007) yang digunakan yaitu *market penetration* dan *market development strategy* (Ansoff, 1990).

Sebagai strategi utama “Paon Jahe Sereh Catering” menggunakan *market development strategy* untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah direncanakan, yaitu melakukan pengembangan pasar dengan memperluas target pemasaran ke karyawan dan rumah tangga. Dari hasil perhitungan pada aspek keuangan selama 5 tahun, dengan investasi awal Rp. 225.000.000,- didapatkan perhitungan NPV sebesar 415.155.017, PI sebesar 2,84, IRR sebesar 45,706% dan *Payback Period* 2 tahun 6,2 bulan, sehingga dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proyek pengembangan bisnis ini bernilai positif.

## VISI DAN MISI

Visi “Paon Jahe Sereh Catering” yaitu menjadi *role model* bagi usaha catering khususnya catering yang melayani anak-anak sekolah, karyawan dan rumah tangga. Sedangkan misi “Paon Jahe Sereh Catering” adalah menyediakan produk catering yang higienis dan berkualitas serta memberikan pelayanan yang bersifat personal.

## ANALISIS BISNIS

Industri kuliner berkontribusi 41,4% terhadap produk domestik bruto (PDB) subsektor ekonomi kreatif tahun 2016. Hingga 2018, total kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB mencapai Rp. 1.100 triliun (Bisnis Katering Zaman Now, CNBC Indonesia – 8 February 2019, Sumber data: Bekraf.go.id). Selain itu, menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor nilai PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) untuk lapangan usaha Penyedia Akomodasi dan Makan Minum, pada tahun 2019 mencapai Rp. 6.485,27 Milyard (data per Mei 2020).

Melihat keadaan di atas “Paon Jahe Sereh Catering”, yang berdomisili di Kabupaten Bogor, ingin mengembangkan usaha catering yang sudah berjalan selama ini dikarenakan memiliki peluang yang masih sangat besar untuk kedepannya. Bisnis utama “Paon Jahe Sereh Catering” adalah melayani permintaan makanan siap saji sesuai dengan yang diperlukan kepada murid-murid sekolah, karyawan dan rumah tangga atau keluarga. Katering adalah suatu bentuk usaha jasa dalam hal penyediaan ataupun pelayanan dalam hal permintaan makanan, sesuai dengan yang diperlukan (Purwati Tj, dkk, 1994).

Untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, maka “Paon Jahe Sereh Catering” merumuskan strategi yang dijalankan berdasarkan analisis *SWOT Matrix* (Whellen & Hunger, 2012), dimana hasil analisis menunjukkan strategi yang harus dijalankan adalah membuat sebuah sistem bisnis catering yang higienis dan terstandarisasi serta mengembangkan target pasar diluar sekolah seperti catering untuk karyawan atau pabrik dan catering untuk rumah tangga atau keluarga. Selain itu juga melakukan sistem penjualan secara *online*.

## PERENCANAAN PEMASARAN

Menurut Kottler dan Keller (2013) bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Berikut bauran pemasaran (7P) “Paon Jahe Sereh Catering”.

1. *Product* (Produk). Produk yang ditawarkan adalah catering untuk anak sekolah, karyawan dan rumah tangga.



**Gambar 1**

### Logo Paon Jahe Sereh Catering

2. *Price* (harga). Penetapan harga dilihat berdasarkan perbandingan dengan produk sejenis. Harga jual mulai Rp. 15.000,- / porsi.

3. *Place* (Distribusi). Saluran distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung dan layanan pesan antar makanan *online*.
4. *Promotion* (Promosi). Mengikuti kegiatan bazar di sekolah-sekolah, perumahan serta melalui iklan di media sosial seperti Instagram.
5. *People* (Orang). Karyawan produksi memiliki pengetahuan dalam mengolah masakan dan memiliki sertifikat sebagai tenaga Penjamah Makanan.
6. *Process* (Proses). Menerapkan system GMP (*Good Manufacturing Practise*), dan menjalankan 6 prinsip Higiene Sanitasi Pangan.
7. *Physical Evidence* (Sarana Fisik). *Centralized Kitchen* untuk standarisasi produk yang spesifikasi dan model alurnya mengikuti peraturan departemen kesehatan.

Kotler & Keller (2013) mengungkapkan bahwa STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) merupakan esensi dari pemasaran yang strategis. Berikut STP “Paon Jahe Sereh Catering”:

#### 1. *Segmenting*

- a. *Geographic segmentation*: lokasi usaha di daerah berkembang yang terdapat banyak sekolahan, perumahan dan pusat bisnis atau pabrik.
- b. *Demographic segmentation*: konsumen terdiri dari pria dan wanita, rentang usia 6 – 45 tahun, murid sekolah atau bekerja sebagai karyawan.
- c. *Psychographic segmentation*: konsumen termasuk masyarakat kelas menengah ke atas, suka *travelling*, senang mencoba hal-hal baru dan unik.
- d. *Behavioral segmentation*: konsumen terdiri dari masyarakat yang sangat mengutamakan kualitas produk.

#### 2. *Targetting*

- a. *Undifferentiated (mass)* pemasaran: konsumen terdiri dari murid-murid sekolah, karyawan perkantoran atau pabrik, seluruh anggota keluarga.
- b. *Differentiated (segmented)* pemasaran: membedakan menu dan produk yang ditawarkan untuk masing-masing target konsumen.
- c. *Concentrated (niche)* pemasaran: menawarkan masakan yang dapat memenuhi kebutuhan khusus konsumen seperti makanan rendah lemak.
- d. *Micro* pemasaran: memberikan keleluasaan kepada konsumen untuk menyesuaikan menu masakan sesuai dengan kebutuhan dan batasan-batasan yang mereka miliki, seperti alergi.

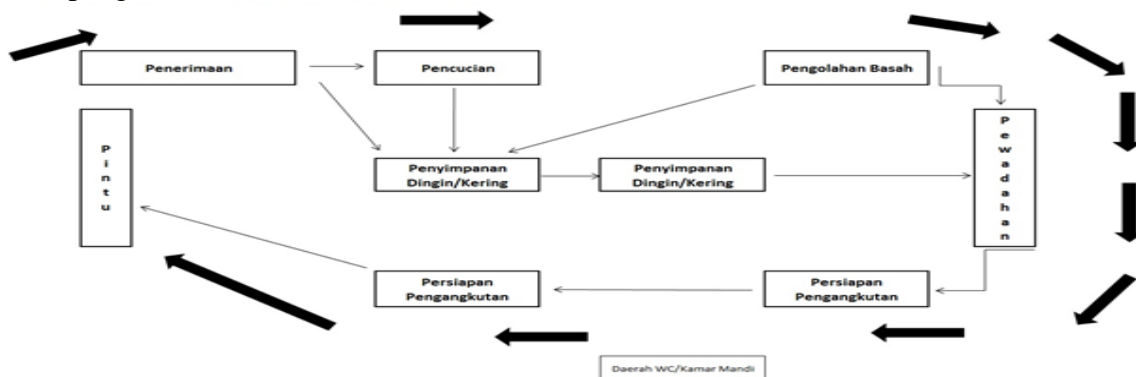
#### 3. *Positioning*

- a. *Positioning by Attribute*, memposisikan produk sebagai makanan yang diproses secara bersih dan higienis.
- b. *Positioning by Use of Application*, memposisikan produk yang bisa dikonsumsi untuk anak-anak sekolah, untuk acara-acara khusus konsumen seperti syukuran, ulang tahun dan kebutuhan hari raya.
- c. *Positioning by Product User*, memposisikan produk untuk memenuhi makanan yang bergizi bagi keluarganya.
- d. *Positioning by Product Class*, memposisikan produk sebagai menu *kids-lunch* ketimbang menyebutnya dengan nasi kotak.
- e. *Positioning by Competitors*, memposisikan produk sebagai makanan yang kaya bumbu dan rempah.

## PERENCANAAN OPERASIONAL

Lokasi yang digunakan terletak di Kota Wisata Cileungsi Bogor. Lokasi ini cocok karena banyak terdapat sekolah swasta, rumah tinggal, bank, supermarket, rumah sakit serta pabrik, yang secara umum dapat dijadikan target market untuk pengembangan arah bisnis berikutnya. Selain itu pembangunan infrastruktur yang terus dilakukan seperti Jalan Tol Lingkar Luar 2, pusat perbelanjaan serta apartemen menjadikan potensi pasar yang ada semakin besar.

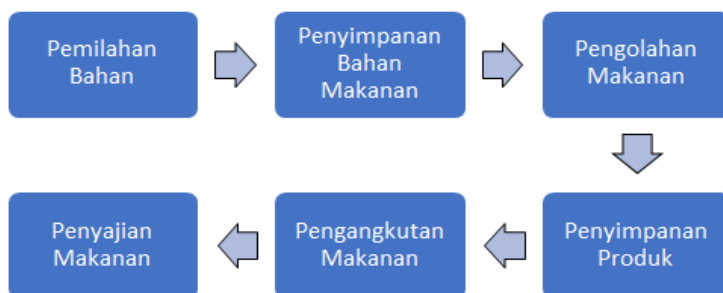
Dapur yang digunakan saat ini adalah dapur rumah tangga dengan menggunakan model dapur alur melingkar. Kedepannya akan dibuat *centralized kitchen* dengan luasan minimal 60m<sup>2</sup> di lokasi yang ditentukan agar dapat memenuhi kapasitas produksi serta memudahkan proses pengiriman



**Gambar 2**  
**Alur Dapur Model Melingkar**  
(Sumber: Dinas Kesehatan DKI Jakarta)

Dengan luasan dan model dapur tersebut, dimana standard minimal per orang membutuhkan luas 4m<sup>2</sup> dan perhitungan kemampuan proses pengolahan pangan sebanyak 150 – 175 porsi per tim produksi (*Chef*, Koki dan Asisten Koki), maka untuk jangka panjang kapasitas produksi dapat mencapai 600 – 700 porsi per hari atau 12.000 – 14.000 porsi perbulan (rata-rata hari kerja 20 hari) atau 144.000 – 168.000 porsi per tahun.

Proses pengolahan makanan menerapkan manajemen keamanan pangan atau GMP (*Good Manufacturing Practise*), dengan menjalankan 6 prinsip Higiene Sanitasi Pangan (UU No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan)

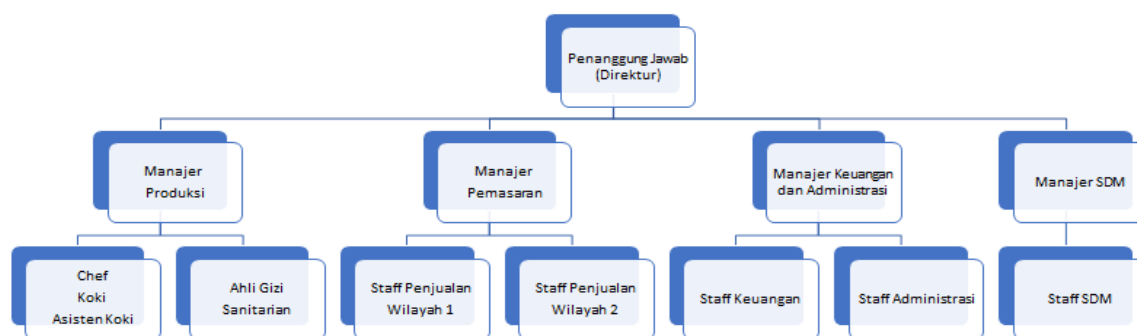


**Gambar 3**  
**Prinsip HSP**  
(Sumber: Modul Pelatihan HSP oleh Asosiasi Profesi Keamanan Pangan Indonesia)

## PERENCANAAN ORGANISASI DAN SUMBER DAYA MANUSIA

Rencana kerja menjelaskan bagaimana manajemen akan mengambil tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Nafarin, 2009). Rencana manajemen dalam rencana bisnis ini adalah meningkatkan penjualan perusahaan sehingga perusahaan dapat terus berjalan di tengah tingginya persaingan. Tindakan perusahaan ini dituangkan dalam bentuk struktur organisasi (Schemerhorn, 2012).

Pada jangka pendek, untuk sementara tim manajemen masih diambil alih oleh pemilik dan enam orang karyawan. Pemilik akan menjabat sebagai direktur, manajer produksi, manajer pemasaran, manajer keuangan dan administrasi serta manajer SDM. Untuk staf produksi akan dikerjakan oleh tiga orang karyawan yang bertindak selaku *Chef*, Koki dan asisten Koki, sedangkan staf pemasaran, staf keuangan dan administrasi serta staf SDM masing-masing oleh satu orang karyawan.



**Gambar 4**  
**Struktur Organisasi Paon Jahe Sereh Catering**

**Tabel 1**  
**Kebutuhan Tenaga Kerja Paon Jahe Sereh Catering**

Periode	Kapasitas produksi Per Tahun (Porsi)	Manajer				Staff			
		Produksi	Pemasaran	Keu dan Adm	SDM	Produksi	Pemasaran	Keu dan Adm	SDM
Jangka Pendek	37.000					3	1	1	1
Jangka Menengah	83.000					6	2	2	1
Jangka Panjang	> 150.000	1	1	1	1	12	4	2	1

Secara keseluruhan semua tenaga kerja “Paon Jahe Sereh Catering” akan mendapatkan kompensasi sesuai tingkatan kerja dalam bentuk *reward* dan *punishment*. *Reward* berupa gaji yang dibayarkan setiap bulan, serta bonus akhir tahun apabila target tercapai. Selain itu, untuk bagian pemasaran terdapat reward tambahan berupa komisi sebesar 2,5% yang dihitung berdasarkan volume penjualan. *Punishment* diberikan mulai dari surat peringatan, pemotongan gaji hingga Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

### PERENCANAAN KEUANGAN

Sumber pendanaan yang digunakan adalah dana milik sendiri. Perencanaan biaya dibagi menjadi biaya produksi dan biaya operasional. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya proses, biaya tenaga kerja langsung dan biaya komisi penjualan, sedangkan biaya operasional dibagi menjadi biaya pemasaran, biaya penyusutan dan biaya umum dan administrasi yang didalamnya termasuk biaya gaji pegawai bagian penjualan, bagian keuangan dan administrasi, bagian SDM serta biaya-biaya penunjang kegiatan perusahaan.

Hasil NPV bernilai positif yaitu sebesar 415.155.017, PI sebesar 2,84 dan IRR sebesar 45,706% yang lebih besar dari SUN (sebesar rata-rata 7,55%) serta PP dibawah 5 tahun yaitu 2,62 tahun, ini menunjukkan bahwa rencana pengembangan bisnis “Paon Jahe Sereh Catering” layak dan dapat dijalankan.

### KESIMPULAN

Ada beberapa alasan mengapa bisnis “Paon Jahe Sereh Catering” ini dapat berkembang, yaitu “Paon Jahe Sereh Catering” menjawab kebutuhan masyarakat akan pentingnya makanan yang bersih dan higienis serta melihat peluang banyaknya orang yang tidak sempat untuk menyiapkan kebutuhan makanan yang sesuai bagi diri dan keluarganya.

Estimasi keberhasilan bisnis “Paon Jahe Sereh Catering” dapat disimpulkan berdasarkan pertimbangan dari berbagai aspek yaitu aspek pemasaran target pasar sudah jelas dan menjawab sebuah permasalahan di masyarakat, lalu pada aspek operasional menggunakan sistem pengolahan pangan yang baik atau *Good Manufacturing Practise (GMP)* dengan menerapkan 6 (enam) prinsip Higiene Sanitasi Pangan (HSP).

Pada aspek organisasi dan sumber daya manusia, tertuang dalam struktur organisasi beserta *job description*, perencanaan jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan, serta menjelaskan sistem *reward* dan *punishment* yang diberlakukan.

Pada aspek keuangan, dilakukan proyeksi penjualan dan biaya untuk periode 5 tahun, dimana dengan modal awal Rp. 225.000.000,- hasil perhitungan menunjukkan NPV sebesar 415.155.017, PI sebesar 2,84, IRR sebesar 45,706% dan PP selama 2,62 tahun. Berdasarkan analisis keuangan tersebut maka proyek pengembangan usaha katering ini bernilai positif dan layak untuk dijalankan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ansoff, I. & McDonnell, H. (1990). *Implanting Strategic Management* (2<sup>nd</sup> ed). UK: Prentice Hall International.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor (2020). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Bogor Menurut Lapangan Usaha 2015-2019*. <https://bogorkab.bps.go.id/publikasi.html>
- Daniel Wiguna & CNBC (2019). *Bisnis Katering Zaman Now*. <https://www.cnbcindonesia.com/investment/20190208154643-23-54532/>
- Garrison, R. H. & Noreen, E. W. (2003). *Managerial Accounting* (10<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw Hill
- Hanifa & Luthfeni (2006). *Makanan yang Sehat*. Bandung: Azka.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. & Sheperd, D. A. (2012). *Kewirausahaan-Entrepreneurship*, Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 4). Jakarta: Erlangga.
- Nafarin, M (2013). *Penganggaran Perusahaan* (3<sup>rd</sup> ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. E. (2007). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Purwati Tj, dkk. (1994). *Manajemen Katering*. Yogyakarta: Fakultas Pendidikan dan Teknologi Kejuruan, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
- Schermerhorn, J. R. (2012). *Exploring Management* (3<sup>rd</sup> ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Undang-undang Tentang Pangan, No. 18 (2012).
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13<sup>th</sup> ed.). New York: Pearson