

**TUGAS MANAJEMEN KATERING  
“BUSINESS PLAN KATERING BAYI”**



**Disusun Oleh :**

**Qonita Rizqi Darmawana 105100707111005**

**Fadhila Suci 0911030089**

**Eltri Enggar Pramesti 0911030087**

**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN  
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2012**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi seperti saat ini, banyak sekali orang yang sibuk berkarir, bahkan ketika mereka telah memiliki anak. Kesibukan orang tua dapat berakibat kepada asupan makan yang kurang kepada balita, Namun kebutuhan gizi bayi tidak dapat dikesampingkan. Selain itu, dengan meningkatnya kasus gizi buruk disekitar kita, yang tidak hanya dialami oleh masyarakat dengan penghasilan rendah, membuka peluang lebih besar untuk usaha ini. Oleh sebab itu sekarang banyak yang membuat usaha catering makanan bayi. Usaha catering ini sangat dibutuhkan oleh orang tua yang memiliki kesibukan dan tidak dapat membuat makanan untuk anaknya. Kehadiran **Catering Balita** dapat membantu orang tua untuk memenuhi kebutuhan gizi anaknya.

**Catering Balita** ini ditetapkan dengan harga yang terjangkau sehingga banyak orang tua yang memilih catering untuk makanan bayi mereka, dan tidak merasa pusing kandungan apa yang terkandung dalam makanan tersebut. Biasanya catering ini tidak dijual jauh-jauh karena makan ini tidak menggunakan pengawet sehingga akan basi apabila sampai di tempat tujuan yang jauh. Jika ada catering makan yang dapat mengirimkan makanan sampai di luar kota bahkan provinsi, itu sudah pasti makanan tersebut mengandung pengawet yang dapat merusak tubuh. Begitu banyak variasi menu sehingga ibu-ibu dapat memilih menu yang ingin diberikan. Untuk pemesanan catering ini ada yang setiap hari atau pun seminggu sekali. Dan menu yang dikirim juga berganti-ganti setiap harinya.

### **1.2 Tujuan**

Tujuan dikembangkannya sebuah catering bayi bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para ibu untuk mendapatkan makanan yang sehat bagi balita mereka.

## **BAB II**

### **ASPEK PEMASARAN**

#### **2.1 Gambaran Umum Pasar**

##### **2.1.1 Jenis Produk yang Dipasarkan**

Jenis produk yang dipasarkan oleh **Catering Balita** tentunya mengkhususkan makanan kepada balita yaitu balita berumur 6 bulan hingga 3 tahun. Makanan yang ditawarkan oleh catering adalah makanan yang segar, tanpa bahan pengawet, dan bergizi untuk balita. Makanan yang ditawarkan kepada konsumen dipatok dengan harga yang relative terjangkau dan pemesanan makanan ini ditawarkan dengan sistem paket yaitu paket 7 hari, 14 hari dan 21 hari.

Jenis produk yang diproduksi oleh catering bayi ada beberapa macam jenis makanan dengan beberapa asupan gizi yang terdiri dari makanan pokok seperti beras, beras merah, kacang hijau, kacang merah; lauk pauk seperti ikan salmon, ikan trout, tahu, tempe, daging merah; sayur-sayuran seperti brokoli, seledri, sawi, dll; pudding maupun buah-buahan.

##### **2.1.2 Pasar sasaran/target pasar**

Target pasar yang dituju oleh **Catering Balita** adalah para ibu yang memiliki balita tetapi sangat sibuk sehingga kurangnya waktu untuk membuat makanan bayi atau ibu yang tidak mahir dalam memasak. Kendala tersebut memungkinkan para ibu kurang memberikan asupan gizi kepada balita sedangkan gizi balita harus selalu terpenuhi. Penjualan makanan pada **Catering Balita** ini dilakukan hanya pada daerah dimana catering ini berada, hal ini dikarenakan makanan bayi merupakan makanan yang mudah membusuk dan makanan yang berikan harus selalu dalam keadaan fresh. Oleh sebab itu makanan yang disediakan oleh **Catering Balita** tidak dilakukan dengan cara peniriman ke luar daerah.

### **2.1.3 Wilayah pemasaran**

Wilayah pemasaran yang dituju adalah daerah sekitar catering balita berada yaitu daerah malang kota, singosari, lawang, dan sekitarnya. Wilayah pemasaran ini dibatasi karena adanya beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam masakan balita. Faktor tersebut adalah makanan untuk balita harus selalu fresh dan baru dan makanan balita selalu mudah busuk jika terlalu lama sehingga makanan balita ini hanya dipasarkan di daerah sekitar.

### **2.2 Permintaan**

Karena usaha ini berbentuk sebuah catering dimana sistem kerja catering selalu bekerja pada saat pelanggan memesan produk atau makanan (*make to order*). Oleh sebab itu jumlah permintaan produk tidak dapat diprediksi. Produk akan dibuat jika ada konsumen yang membeli atau memesan, hal ini disebabkan makanan bayi mudah busuk dan tidak dapat disimpan dikulkas sehingga jumlah permintaan produk didasarkan atas banyaknya pelanggan yang memesan.

### **2.3 Penawaran**

Penawaran produk ini dilakukan dengan memberikan informasi kepada konsumen melalui media massa seperti Koran, melalui dunia maya atau internet, serta penyebaran brosur ke rumah-rumah maupun pembuatan pamphlet. Hal ini dilakukan agar para konsumen secara luas dapat mengetahui kehadiran dari usaha **Catering Balita** ini.

### **2.4 Pesaing**

Dalam melakukan suatu usaha tentunya ada kehadiran dari pesaing yang mempunyai usaha yang sama. Untuk mengungguli pesaing yang ada kita harus cermat dalam memperhatikan strategi pasar serta produk yang dihasilkan oleh pesaing. Dalam usaha **Catering Balita** kita harus memperhatikan dan mengungguli pesaing kita dalam segi rasa pada makanan, gizi yang terkandung dan kebersihan dari produk makanan bayi yang dihasilkan.

## **2.5 Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran yang harus dilakukan adalah dengan memperhatikan beberapa hal yaitu produk, price, promotion, dan place.

### **2.5.1 Produk**

Produk yang ditawarkan oleh catering balita yaitu mencakup makanan bayi usia 6 bulan hingga 3 tahun. Produk yang ditawarkan berupa makanan yang terdiri dari makanan pokok, lauk pauk, sayur, pudding atau buah. Makanan yang diberikan kepada balita harus memiliki asupan gizi yang baik, bersih, halal, dan aman.

### **2.5.2 Price**

Harga yang ditawarkan oleh **Catering Balita** dipatok dengan harga yang relative murah sehingga tidak memberatkan para ibu rumah tangga. Harga akan menyesuaikan dengan paket yang diambil atau dipesan yaitu paket 7 hari, 14 hari dan 21 hari. Harga dari catering balita ini menentukan kualitas dari makanan yang diberikan yaitu makanan yang memiliki gizi tinggi dan terjamin kebersihannya.

### **2.5.3 Promotion**

Promosi yang dilakukan oleh **Catering Balita** yaitu dengan memuat pada media massa seperti koran, penyebaran brosur ke rumah-rumah, pemberitaan melalui internet dan pemasangan pamlet. Hal ini dilakukan untuk mempermudah komunikasi konsumen kepada catering dan pemberitaan secara luas kepada masyarakat dan mempermudah serta mempercepat pemberitaan kepada konsumen.

### **2.5.4 Place**

Saluran distribusi yang dilakukan oleh **Catering Balita** ini yaitu pemasaran di sekitar wilayah dimana catering didirikan. Hal ini dimaksudkan agar makanan balita yang dipesan oleh konsumen tidak busuk dan tetap dalam keadaan fresh dan tetap

bergizi. Katering berada di Jalan Sukarno Hatta karena dinilai memiliki posisi yang strategis untuk pemasaran.

## **2.6 Positioning**

Usaha ini adalah usaha yang dapat menyalurkan hobi memasak sekaligus berbisnis. Oleh sebab itu usaha catering selalu mempunyai banyak pesaing yang bekerja dalam bidang yang sama. Terkait dengan hal tersebut maka **Catering Balita** menempatkan usaha catering ini dalam posisi market challenger.

## **2.7 Analisis SWOT**

### **2.7.1 Kekuatan (*Strength*)**

Kekuatan dari **Catering Balita** ini dibandingkan dengan yang lain yaitu menyediakan makanan balita yang lebih sehat, bergizi, dan terjamin kebersihannya dan paket menu lengkap setiap harinya. Hal ini dapat dibuktikan pada **Catering Balita** selalu memberikan asupan gizi yang baik dan tepat kepada konsumen. Asupan gizi yang lengkap tersebut diberikan dengan makanan lengkap dari makanan pokok, lauk pauk, sayur, pudding maupun buah segar. Kekuatan lain yang dimiliki oleh **Catering Balita** yaitu kualitas makanan yang baik dengan harga yang terjangkau.

### **2.7.2 Kelemahan (*Weakness*)**

Kelemahan dari catering bayi ini adalah makanan ini selalu cepat busuk karena makanan ini merupakan makanan tanpa bahan pengawet sehingga cepat busuk. Oleh sebab itu makanan bayi yang sudah dipesan harus segera diantarkan dan dikonsumsi oleh balita.

### **2.7.3 Peluang (*Opportunity*)**

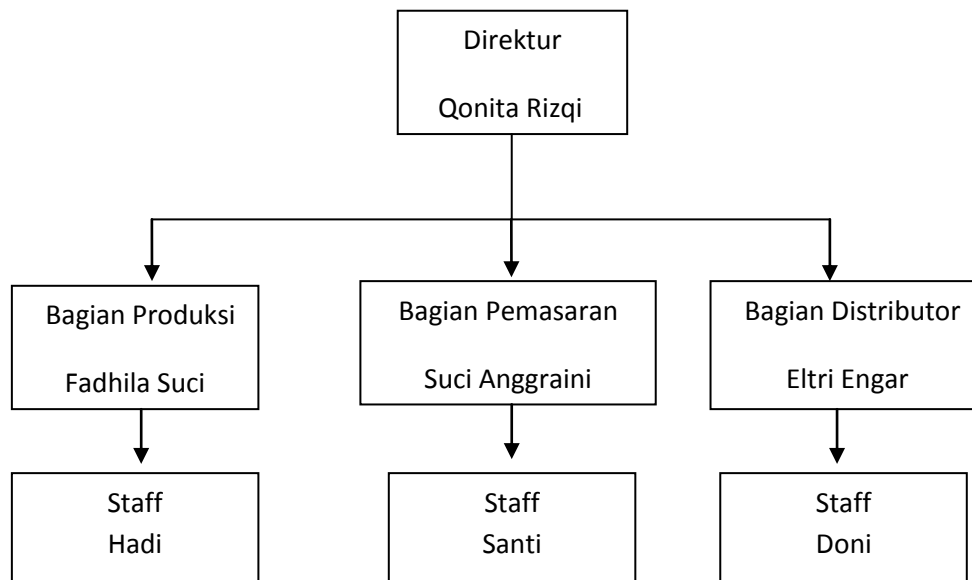
Kesempatan yang diberikan oleh pasar kepada **Catering Balita** ini adalah catering balita yang berdiri masih sangat sedikit sehingga **Catering Balita** dapat mengembangkan diri lebih baik agar kepercayaan konsumen tetap terjaga.

#### **2.7.4 Ancaman (*Threats*)**

Ancaman yang hadir di sekitar **Catering Balita** adalah dengan semakin banyaknya pesaing yang bermunculan seiring banyaknya orang yang mengetahui bahwa bisnis ini sangat menjanjikan dalam berbisnis.

**BAB III**  
**ASPEK ORGANISASI**

Nama Usaha : **Catering “Balita”**  
Pimpinan Usaha : Qonita Rizqi  
Alamat Catering : Jl. Sehat Bergizi No.47 Malang-Jatim  
Bentuk Usaha : Home Industry  
Bagan Organisasi :





## **BAB IV**

### **ASPEK PRODUKSI**

#### **4.1 Produk**

##### 1. uraian produk

- Jenis : makanan balita
- Merek dagang : **Catering Balita “Tri Indah Permai”**
- Kenampakan :
  - Bentuk : makanan yang ditata secara unik (d disesuaikan umur dan kesukaan anak)
  - Warna : bervariasi (untuk menarik perhatian anak)
  - Rasa : manis sedikit gurih
  - Tekstur : lembut
- Ukuran : paket makanan balita 7 hari, 14 hari, dan 21 hari
- Kemasan produk : lunch box

##### 2. kegunaan utama produk

- membantu ibu rumah tangga dalam menyiapkan makanan balita
- memberikan asupan gizi yang seimbang dan tepat kepada balita
- memberikan kemudahan dalam hal makanan balita
- memberikan makanan balita yang higienis dan berkualitas
- menjaga pencernaan balita

#### **4.2 Produksi**

Rencana produksi untuk tahun mendatang tidak dapat diprediksi karena permintaan dari pelanggan datang jika mereka memerlukan persediaan makanan bayi. Waktu produksi selalu dilakukan jika ada pesanan dari para konsumen yang ada. Rencana produksi ini didasarkan pada banyaknya konsumen yang memesan makanan yang disediakan **Catering Balita**. Tetapi dengan promosi secara luas maka pelanggan **Catering Balita** akan meningkat dan pemesanan semakin banyak.

**BAB V**  
**ASPEK KEUANGAN**

**1. Rencana Anggaran Biaya dan Laporan**

**1. Rincian Biaya Variabel per tahun**

No	Jenis	Jumlah satuan/ Bulan (30)	Biaya/ unit	Biaya/bulan (Rp)	Biaya pertahun (Rp)
<b>1.</b>	<b>Gaji tenaga Kerja</b>				
	Karyawan produksi	6	15.000	900.000	10.800.000
	<b>Total</b>				<b>10.800.000</b>
<b>2.</b>	<b>Bahan Baku</b>				
	Sayur mayur	30	20.000	600.000	7.200.000
	Tepung Terigu	5	25.000	125.000	1.500.000
	Telur	30	13.000	390.000	4.680.000
	Bawang Putih	5	15.000	75.000	900.000
	Garam	10	2.000	20.000	240.000
	Merica	20	20.000	400.000	4.800.000
	Ikan	30	28.000	115.000	1.380.000
	Bawang Merah	5	10.000	50.000	600.000
	Daging	10	50.000	500.000	6.000.000
	Susu	20	25.000	500.000	6.000.000
	<b>Total</b>				<b>33.300.000</b>
<b>3.</b>	<b>Biaya pengemasan</b>				
	Plastic	2	1.500	69.000	<b>828.000</b>
<b>4.</b>	<b>Utilitas</b>				
	Listrik (kwh)	85	450	38.250	459.000
	Beban Listrik			15.000	180.000
					<b>639.000</b>
<b>5.</b>	<b>Administrasi</b>			10.000	<b>120.000</b>
<b>6.</b>	<b>Transportasi (Bensin/L)</b>		15	4.500	675.000
<b>7.</b>	<b>Marketing</b>		5	50.000	250.000
	<b>Total</b>				<b>49.497.000</b>

Investasi = Modal tetap + Modal Kerja = Rp **11.450.000** + **27.501.000**= Rp **33.390.500**

## 2. Biaya tetap selama 1 tahun

No	Jenis`	Jumlah Satuan	Harga/satuan (Rp)	Biaya (Rp)
1	Outlet Outdoor	1	5.000.000	5.000.000
2	Pisau	5	5.000	25.000
3	Telenan	2	10.000	20.000
4	Tempat CuciTangan	3	10.000	30.000
5	Gunting	2	5.000	10.000
6	Sapu	2	10.000	20.000
7	Kain lap	5	5.000	25.000
8	Penyaring	1	5.000	5.000
10	Tempat bumbu	2	5.000	10.000
11	Tempat sampah	2	10.000	20.000
12	Bak air	1	20.000	20.000
13	Blender	1	250.000	250.000
14	Galon	1	50.000	100.000
15	Teko	3	20.000	60.000
16	Kursi	2	45.000	90.000
17	Timbangan 30Kg	1	300.000	300.000
18	Pompa Air	1	25.000	25.000
19	Baju Kerja	5	80.000	400.000
20	Gelas Ukuran	1	50.000	50.000
21	Sendok	1	15.000	15.000
22	Centong	2	5.000	10.000

23	Dandang Dapur	1	300.000	300.000
24	Dandang Pemasaran	2	100.000	200.000
25	Kompor Gas	3	400.000	1.200.000
26	Penggorengan	1	100.000	100.000
27	Penumbuk bumbu	2	30.000	60.000
28	Baskom	3	20.000	60.000
29	Pengaduk adonan	3	5.000	15.000
30	Tempat saos,kecap dan sambal	6	5.000	30.000
31	Lunch Box	100	30.000	3.000.000
<b>Total</b>				<b>11.450.000</b>

### 3. Biaya selama setahun

No	Jenis	Biaya (Rp)
1.	Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	<b>662.500</b>
2	Administrasi	120.000
3	Biaya Beban (Listrik & Telepon)	649.000
<b>Total</b>		<b>1.431.500</b>

Biaya Variable per hari (Rp **49.497.000** /14400) = Rp 3.440,-

Total biaya setahun =Rp **1.431.500** + Rp **49.497.000** = Rp 50.928.500,-

Setiap hari produksi menghasilkan **100 porsi**

Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) dan Harga Jual

**Harga pokok Produksi**

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Total Produksi dalam 1 Tahun = 100 X 144 hari (Masa Kerja 12 hari/Bulan)

$$\text{HPP} = \frac{49.497.000}{14400} = 3.437,2$$

Laba/kotak = harga jual – harga pokok= Rp. 7000 – 3.437,2 = Rp 3.562,8,-

Target penjualan/hari = 100 porsi

Total laba/hari = Rp 3.562,8 x 100 = Rp 356.800

**ROI (Return of Investment)** =  $\frac{\text{Laba}}{\text{Modal}} \times 100\% = \frac{356.800}{49.497.000} \times 100\% = 72\%$

**POT (Pay Out Time)** =  $\frac{\text{Modal Tetap}}{\text{Laba}} = \frac{11.450.000}{51.379.200} = 0,22$  tahun

### **Break Event Point**

= Biaya tetap : 1 – (Biaya Tidak Tetap : Hasil Usaha)

= Rp. 51.379.200 : 1 - (Rp. **49.497.000** : Rp 513.792.000)

= 51.379.199,9

Artinya, usaha pembuatan catering bayi ini tidak rugi dan tidak untung (impas) saat dihasilkan pendapatan sebesar Rp. 51.379.199,9 atau terjual sebanyak **7339,8** porsi dari penjualan setiap satu tahun produksi.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan perencanaan usaha **Catering Balita “Tri Indah Permai”** ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Meningkatnya tingkat kesibukan para orang tua dalam berkarir telah membuka peluang usaha baru seperti catering khusus bayi
2. Para orang tua yang sibuk dalam berkarir atau bermasalah dalam hal menyediakan asupan gizi untuk anak menemukan solusi untuk memenuhi gizi anak mereka dengan adanya catering ini
3. Pengembangan arah usaha catering yang awalnya untuk umum dan dewasa menjadi untuk anak atau bayi merupakan suatu terobosan baru dalam dunia catering.
4. Usaha ini baru sedikit yang menjalani sehingga ancaman dan persaingan masih belum begitu sengit

#### **5.2 Saran**

Mempertahankan cita rasa, kreatifitas dalam pembuatan makanan, kualitas gizi yang terjamin, sanitasi dan kebersihan yang terjamin, serta harga yang terjangkau dapat selalu mempertahankan dan meningkatkan konsumen yang berlangganan pada usaha ini