

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



**Gambar 1.1 Logo Ferry Catering**

**Sumber:** Ferry Catering (2020)

Objek dalam penelitian ini adalah bisnis UMKM yang berkecimpung dalam bidang kuliner usaha catering yang sudah berdiri dari tahun 1997 bernama Ferry Catering yang beralamatkan di Jalan Pajajaran No. 19A, Sukasari, Kecamatan Bogor Timur. Kemudian pada tahun 2007, mengembangkan usahanya lagi dengan mendirikan kedai makan yang bernama Pondok Teratai yang berada di Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Mereka menawarkan makanan dan layanan untuk acara dalam jumlah besar maupun kecil. Target pasar Ferry Catering ini adalah orang-orang yang mengadakan acara pernikahan dan juga diperuntukkan selain kepentingan *wedding*, seperti pekerja yang sedang mengadakan acara kantoran berupa *gathering* atau seminar perusahaan dan catering rumahan untuk acara ulang tahun, pemberkatan rumah, atau pengajian, dan lain-lain. Untuk pemesanan catering dilakukan di hari-hari sebelumnya untuk memaksimalkan persiapan kualitas makanan yang diberikan.

Untuk varian makanan yang ditawarkan beragam, meliputi 70% *chinese food* dan 30% masakan indonesia. Sedangkan untuk minuman juga dipersiapkan sesuai

keinginan dan permintaan pelanggan. Tidak semua menu catering dijual di Pondok Teratai karena sebagian besar menu di kedai makan tersebut adalah masakan sunda.



**Gambar 1.2** Lokasi Pertemuan dengan *Client* Ferry Catering

**Sumber:** Data Olahan Peneliti (2020)

Gambar di atas merupakan Kedai Pondok Teratai yang menjadi titik lokasi pertemuan yang digunakan Ferry Catering ketika akan mengadakan pertemuan dengan *client* yang hendak memesan catering untuk persiapan acara yang akan dilakukan selanjutnya, seperti mencicipi makanan tertentu yang akan dipesan pada acaranya. Untuk proses pembuatan makanannya dibuat dalam 1 dapur yang sama, hanya perbedaannya untuk makanan yang dijual di kedai makan Pondok Teratai, dibuat setengah jadi dan sudah tinggal penyajian dan pengolahan terakhirnya saja. Ferry Catering ini memiliki 5 karyawan tetap dan 10-20 karyawan harian apabila sedang melayani catering untuk acara-acara besar seperti acara pernikahan karena biasanya dapat membuat makanan lebih dari 1000 porsi per satu acara.

## **1.2 Latar Belakang**

Saat ini seluruh negara digemparkan dengan suatu penyakit yang berasal dari virus berbahaya yang disebut dengan penyakit Covid-19. Menurut Kementerian Kesehatan pada lamannya yaitu kemkes.go.id, Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan (Kemkes, 2020). Sebagaimana

menurut kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM (Santoso, 2020). Menurut BPS yaitu Berita Resmi Statistik per 5 Agustus 2020, perekonomian bisnis sektor kuliner mengalami dampak yang cukup besar juga dikarenakan semenjak ada pandemi telah diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti grafik penurunan laju pertumbuhan lapangan usaha pada penyediaan akomodasi dan makan minum sebagai berikut:



**Gambar 1.3 Laju Pertumbuhan Lapangan Usaha Pada Penyediaan Akomodasi & Makan Minum**

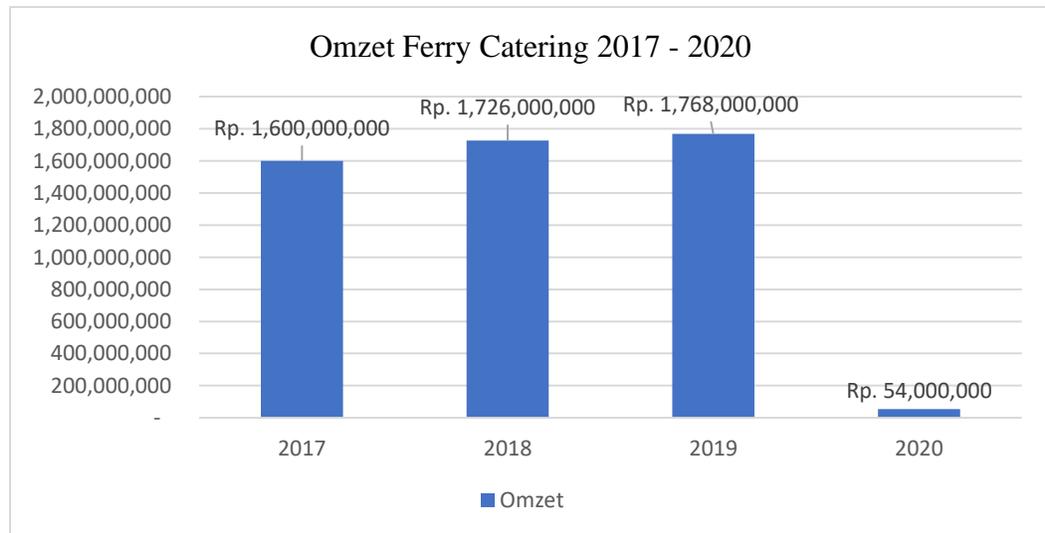
**Sumber:** Badan Pusat Statistik, 2020

Dilihat dari grafik di atas yang merupakan hasil olahan BPS, terlihat bahwa salah satu sektor yang mengalami kontraksi adalah sektor penyediaan akomodasi dan makan minum yang kondisinya menurun drastis saat ini sebesar minus 22,02 persen, yang dimana sangat berbeda pada kuartal II di tahun-tahun sebelumnya. Sehingga menandakan bisnis kuliner sangat terdampak oleh pandemi ini.

Kondisi ini berhubungan langsung dengan para pelaku bisnis yang bekecimpung dalam industri makanan dan minuman (Prakoso, 2020). Bogor merupakan bagian dari wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi) sebagai salah satu kota yang menjadikan UMKM kuliner sebagai salah satu subjek penting dalam perekonomiannya (kumkm.kotabogor.go.id, 2020). Sehingga terlihat dampaknya dikarenakan pada bulan Agustus 2020, Bogor menjadi zona merah Covid-19.

Salah satu contoh yang termasuk bisnis kuliner adalah bisnis catering. Catering atau Jasa Boga merupakan istilah bisnis yang kegiatannya berupa menyiapkan serta menyajikan makanan dan minuman untuk kalangan umum dalam jumlah yang sesuai dengan pesanan (Fadiati, 2011). Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan dengan salah satu pengusaha catering di Kota Bogor yaitu Ibu Alin yang memiliki catering bernama Ferry Catering, menyatakan bahwa memang benar bisnis catering ini sangat terdampak dari segi penjualan dan pendapatannya.

Berdasarkan informasi yang didapat peneliti dari pemilik Ferry Catering, salah satu target pasar Ferry Catering ini adalah untuk orang-orang yang mengadakan acara pernikahan (*Wedding*). Dapat juga diperuntukkan selain kepentingan *wedding*, seperti pekerja yang sedang mengadakan acara kantor berupa *gathering* atau seminar perusahaan dan catering rumahan untuk acara ulang tahun, pemberkatan rumah, atau pengajian, dan lain-lain. Berikut disajikan grafik dari omzet Ferry Catering yang menurun dalam tiga tahun terakhir.



**Gambar 1.4 Omzet Ferry Catering tahun 2017-2020**

**Sumber:** Ferry Catering (2020)

Dari grafik tersebut, pada tahun 2017 hingga 2019 menunjukkan kenaikan omzet Ferry Catering secara berkala setiap tahunnya. Namun pada saat pandemi muncul di tahun 2020, hal itu menyebabkan dampak yang signifikan sehingga menunjukkan

terjadinya penurunan omzet secara drastis sebanyak Rp. 1,714,000,000 dari tahun 2019 ke 2020. Kemudian pendapatan yang berkontribusi terbesar terhadap Ferry Catering adalah catering untuk pernikahan.

Bu Alin mengaku bahwa sebelum pandemi dan selama pandemi berubah 180 derajat. Tidak ada *wedding* catering yang seperti dulu, yang tadinya sebelum pandemi rata-rata ada 3 sampai 4 acara pernikahan tiap bulan, bahkan jika di bulan-bulan tertentu seperti pada bulan Agustus hingga Desember dapat mencapai 7 sampai 8 acara pernikahan. Namun saat ini sampai akhir bulan September tidak ada pemesanan catering sama sekali untuk pernikahan. Kemudian di awal bulan Oktober akhirnya mendapatkan 2 kali pemesanan catering pernikahan dan itupun hanya 300 porsi tiap satu acara padahal biasanya jumlah porsinya lebih dari 1000 porsi per satu acara.

Hal ini disebabkan karena pergeseran perilaku masyarakat yang lebih memilih untuk mengurangi aktivitas di luar rumah seperti pengadaan suatu acara. Hal ini didukung dengan penelitian yang mengungkapkan bahwa rata-rata UMKM terutama bidang kuliner mengalami penurunan omzet karena tidak banyak melakukan aktivitas di luar rumah hingga orang-orang mulai kurang percaya dengan produk atau makanan yang dijual (Hardilawati, 2020). Acara pernikahan pun menjadi terhambat dan sebagian konsumen yang sudah memesan catering untuk pernikahan pun memilih untuk dibatalkan namun ada juga yang memilih untuk diundur ke tahun depannya lagi karena pengaruh kebijakan gedung-gedung yang membatasi undangan pernikahan, dan kebijakan melaksanakan protokol kesehatan yang ketat. UMKM diberi izin untuk melakukan aktivitasnya namun harus dengan protokol yang tetap ketat (Pakphan, 2020). Kebijakan tersebut mengacu pada kebijakan Pemerintah Pusat yang memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020, yang dimana PSBB merupakan pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi virus Covid-19 sebagai upaya untuk mencegah penyebarannya.

Kemudian pihak Ferry Catering memiliki rencana untuk berfokus pada catering untuk harian dikarenakan saat ini orang-orang lebih memilih untuk berdiam diri di rumah dan tidak melakukan banyak aktivitas yang tidak terlalu penting di luar rumah

untuk menghindari adanya penularan Covid-19 terhambat karena sesuai dengan upaya yang dilakukan untuk meminimalisir angka penyebaran Covid-19 oleh pemerintah adalah diharapkan masyarakat untuk mengurangi intensitas keluar rumah dan menghindari keramaian (Syafriada & Ralang Hartat, 2020). Kemudian didukung juga oleh pernyataan saat ini beberapa orang tidak sempat memasak makanan siang dan sebagian orang yang sibuk mempercayakan layanan katering yang lebih aman untuk memenuhi kebutuhannya dalam memenuhi rasa lapar (Ardhan Maulana Zuhdi, Herman Tolle, & Mahardeka Tri Ananta, 2019). Sehingga catering yang direncanakan adalah untuk harian dalam bentuk catering *single* atau perorangan yang dapat dikonsumsi sehari-hari oleh masyarakat sekitar dari berbagai kalangan. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi kekurangan pendapatan terbesar yang dirasakan Ferry Catering pada segmen catering pernikahan.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan membuktikan bahwa Ferry Catering saat ini harus lebih baik dalam mendefinisikan target pasar dan keinginan pelanggannya agar dapat tetap menjalankan bisnis di masa pandemi yang mana pola atau gaya hidup masyarakat berubah dan situasi lingkungan yang tidak terprediksi. Berdasarkan rencana yang ingin dilakukan Ferry Catering yaitu membuat catering harian, maka dari itu peneliti perlu mendefinisikan analisis profil konsumen dari bisnis Ferry Catering di masa pandemi dengan menggunakan pendekatan *Value Proposition Design* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder pada segmen catering harian. Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengetahui apakah segmen pelanggan yang dituju untuk melakukan catering harian benar-benar ada dan dapat dilayani oleh Ferry Catering untuk menggantikan pendapatan terbesar yang hilang akibat berkurangnya catering untuk pernikahan. Selanjutnya diharapkan Ferry Catering mampu mendesain produk atau layanan yang ditawarkan ke kalangan masyarakat menjadi lebih sesuai dengan apa yang dibutuhkan serta diinginkan oleh konsumen di saat pandemi ini agar target pasarnya dalam segmen harian dapat terlayani dengan baik.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka peneliti memilih judul penelitian **“Analisis Profil Konsumen pada Usaha Ferry Catering di Masa Pandemi dengan Pendekatan *Value Proposition Design*”**

### **1.3 Fokus Penelitian**

Penelitian ini hanya berfokus pada Profil Konsumen yang termasuk dalam segmen catering harian pada studi kasus Ferry Catering. Sehingga apabila *customer* ini memang ada, maka dapat dijadikan sebagai salah satu segmen yang dapat dilayani oleh Ferry Catering di masa pandemi ini untuk menggantikan kehilangan pendapatan.

### **1.4 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yang telah dijabarkan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah Profil Konsumen pada segmen pelanggan catering harian pada usaha Ferry Catering di masa pandemi dengan pendekatan *Value Proposition Design*?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang didapatkan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Profil Konsumen pada segmen pelanggan catering harian pada usaha Ferry Catering.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Kegunaan Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menambah wawasan khususnya dalam menganalisis profil konsumen dengan pendekatan *Value Proposition Design* dan memberikan kontribusi dalam kaitannya dengan ilmu kewirausahaan.

b. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan profil konsumen pada bisnis Ferry Catering yang nantinya akan bermanfaat oleh pengusaha bisnis catering di masa pandemi seperti sekarang. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan latar belakang penelitian dan alasan peneliti untuk meneliti topik yang bersangkutan serta rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang paradigma penelitian, operasional variable, subjek penelitian dan objek penelitian, lokasi penelitian, unit analisis penelitian, informan kunci, pengumpulan data penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data yang digunakan dalam mengumpulkan maupun menganalisis data yang dapat menjawab serta menjelaskan masalah penelitian.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini akan menguraikan mengenai karakteristik informan, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.