

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG USAHA CATERING ALFATIH DAN CV. MOLEK'S BOX PALEMBANG

A. Profil Usaha Catering Alfatih Palembang

Dalam berbagai literatur, aktifitas yang berhubungan kerjasama kuliner menjadi bagian penting dalam mengimplemntasikan nilai nilai “*muamalah ma'an-nas*” di era kontemporer. Kepentingan atas hal tersebut dikarenakan kelemahan hidup manusia yang tidak bisa melakukan ketrampilan untuk semua. Karenanya catering yang dikenal pada awalnya *caterer* hanya sebuah akrtifitas yang tidak diolah secara professional berubah menjadi sebuah aktifitas menjanjikan terutama di kota Palembang.

Realitas perkembangan catering di kota Palembang merupakan bagian dari proes yang pernah dilakukan oleh Robert Owen sebagai pelopor industri *catering* dari Eropa. Perbedaannya terletak pada perkembangan mutu makanan dan pelayanan serta administrasi yang mengelilinginya. Untuk hal tersebut penelitian ini mendiskripsikan 2 aktifitas catering di kota Palembang sebagai bagian dari acuan kerja masa datang

Catering atau tata boga telah diketahui oleh masyarakat kota Palembang sebagai bagian dari upaya mempermudah salah satu bagian dalam proses aktifitas kemasyarakatan dibidang kuliner¹. Untuk sebagian masyarakat aktifitas tersebut dibutuhkan sebuah ketrampilan, sebab hal tersebut sangat erat hubungannya dengan kualitas rasa pada

¹ Kata *Kuliner* berasal dari bahasa Inggris “culinary” Culinary diartikan sebagai yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Kesumawardani, *e-journal.uajy.ac.id*, diakses tanggal 26 November 2018

masing masing orang. Semakin diterimanya kuliner yang disajikan, semakin memberikan nilai atas sebuah perhelatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok².

Berdasarkan hasil wawancara diketahui Al-Fatih Catering merupakan pengembangan dari usaha warung yang dikenal *Waroeng Mas Aris*. Pada awal usaha, Aris sebagai pemilik melakukan aktifitas sendiri pada tahun 2013 yang kemudian bergerak dan berkembang sesuai dengan realitas kebutuhan masyarakat. Salah satu produk yang dilakukan Aris adalah penyediaan sarapan pagi³.

Seiring dengan waktu, warung tersebut mengalami pasang surut usaha. Diantara hal tersebut adalah ketersediaan modal dan penggunaan *cost* diluar warung yang tidak tercatat, sehingga usaha tersebut tidak memiliki data turun naik keuntungan. Karenanya, Aris melakukan terobosan salah satunya dengan membangun kerjasama usaha⁴. Ia kemudian melakukan berbagai pendekatan kepada beberapa sahabat yang dimungkinkan memiliki keinginan pada usaha kuliner prospektif. Pada 2015, Aris bersama mitra kerjanya Niken menambah berbagai bentuk dengan prinsip, "Sarapan Pagi Kenyang, Kerja berkualitas" sehingga usaha yang dibangunnya semakin dikenal masyarakat luas dengan para pelanggan beragam. Warung yang ditahun sama telah dipatenkan pemilik usaha menambah strategi melalui cara "pesan-antar". Strategi tersebut berimplikasi dengan

²Barbara A Almanza; Lendal H Kotschevar; Margaret E Terrell, *Foodservice Planning : Layout, Design, And Equipment*, (New York: Prentice Hall, 2009), 3.

³ Wawancara dengan Niken, *pemilik Alfatih Catering*, pada Tanggal 29 Oktober 2018.

⁴ Wawancara dengan Niken, *pemilik Alfatih Catering*, pada Tanggal 29 Oktober 2018.

berkembangnya hantaran nasi hingga 3 kali dalam sebulan pada satu pelanggan.

Dari hasil wawancara, Aris dan Niken melakukan uji coba dalam meningkatkan usaha dengan cara menerima pesanan dalam acara resepsi keluarga. Dari beberapa kali menerima order pada ranah tersebut, Aris dan Niken menilai bahwa apa yang akan dikembangkan melalui catering memiliki prospek. Namun demikian keterbatasan dana dan keterbatasan fasilitas membuat beberapa keinginan pelanggan tidak bisa dipenuhi, walaupun pemesanan nasi kotak terus diminta. Langkah yang dilakukan Aris dan mitranya Niken dengan melakukan kebijakan catering terbatas⁵. Pada 2018 Waroeng Mas Aris yang kemudian berganti menjadi catering Alfatih melakukan upaya penambahan pembiayaan dengan meminta kemitraan bersama perusahaan Otto 2000 Palembang.

Berdasarkan hasil wawancara terakhir dalam proses skripsi ini, pembiayaan melalui perusahaan Otto tersebut dalam proses yang dimungkinkan akan mendapatkan persetujuan. Dari sisi ini, pertanyaan mengapa tidak ke Bank Syariah tapi ke perusahaan?. Niken menjelaskan bahwa perusahaan memiliki dana CSR yang dapat digunakan sejalan dengan kebutuhan sebuah perusahaan. Perusahaan tersebut sangat berkepentingan terhadap jasa kuliner⁶. Data keadaan usaha catering tersebut dari observasi dapat dilihat seperti dalam tabel berikut:

⁵ Wawancara dengan Niken, *pemilik Alfatih Catering*, pada Tanggal 29 Oktober 2018.

⁶ Wawancara dengan Niken, *pemilik Alfatih Catering*, pada Tanggal 29 Oktober 2018.

B. Profil Usaha Catering CV.Molek's BOX Palembang

Observasi dan wawancara pada CV. Molek's Box diketahui dari perjalanan tiga orang bersaudara yang memiliki jiwa mandiri dan tata boga, yaitu Kartisa, Apriani, Ullia Annisa. Ketiganya terinspirasi, termotivasi serta terbangun berdasarkan resep kuniner sang nenek. Kata "Molek's" diambil dari nama nenek mereka bernama Molek⁷. Hasil wawancara juga diceritakan bahwa Molek telah menggeluti aktivitas catering sejak tahun 2014, namun hanya untuk kalangan terbatas, terutama wilayah kantor tempat sang nenek tinggal. Hal tersebut, disebabkan kondisi perekonomian dan strategi penjualan yang "ragu-ragu" dan takut rugi.

Kekuatan inovasi dan kemandirian ingin maju membuat ketiga cucunya memutuskan untuk mempromosikan hidangan tersebut lewat media online. Media online yang dipakai pada saat itu via Facebook dan Blackberry Messenger. Promosi juga dijalankan keteman teman terdekat. Setelah beberapa kali memposting dan sudah mulai ada permintaan catering. Ullia, dan 2 saudaranya mulai terpikirkan bahwa mereka membutuhkan izin resmi, hingga akhirnya merekapun mendirikan Badan Usaha yaitu CV. Molek's Box.⁸

Dari hasil wawancara di ketetahui juga CV. Molek Box 4 tahun lalu di bangun dengan pegawai hanya 5 orang. Seiring berjalannya waktu CV. Molek Box mulai berkembang dan menyediakan resto dan catering, cateringnya juga menjadi dua cabang yaitu catering event dan

⁷ Wawancara dengan Ullia Annisa, *pemilik CV Molek*, pada Tanggal 8 November 2018.

⁸ Wawancara dengan Ullia Annisa, *pemilik CV Molek*, pada Tanggal 8 November 2018.

catering corporate.⁹ Menurut Ullia Annisa catering event merupakan catering besar yang menyediakan secara Prasmanan sementara catering corporate dinilai sebagai Catering Kecil Seperti Penyediaan Makanan Nasi Kotak. Hasil wawancara dengan Ullia Annisa pergerakan catering cukup signifikan. Hal tersebut terlihat dari jumlah pegawai. Awal mula buka usaha dengan dengan 5 orang pegawai. Sekarang pegawainya sudah mencapai sekitar 17 orang yang terbagi dalam 2 kualitas. Yaitu karyawan tetap dan karyawan harian disesuaikan dengan kebutuhan saat catering di pakai. Menurut Ullia Annisa tugas utama karyawan tetap adalah Karyawan yang bertugas Mengatur jalannya produksi sementara karyawan harian bertugas sebagai Pelaksana produksi, yang mana sesuai dengan kebutuhan produksi sehingga untuk karyawan harian tidak tetap.

Seiring dengan perkembangan juga catering tersebut memiliki pesanan rutin *weekend* dan acara resepsi maupun acara acara resmi lainnya. Disamping itu, CV. Molek's mengembangkan usaha melalui resto dan catering, sebagaimana dalam kajian ini. Pesanan rutin weekend biasanya untuk sebuah Event Seperti Launching Sebuah Perusahaan, Event Hari Nasional dan event kantor. Untuk pemesanan Event difokuskan pada Catering Box. Dan untuk acara resepsi Seperti Pernikahan dan Hajatan Lainnya Lebih DI fokuskan di catering Prasmanan¹⁰.

Hal yang menarik adalah pernyataan dari salah satu tiga saudara karena faktor mengurus anak dan suami Alasan buka catering karena

⁹ Wawancara dengan Ullia Annisa, *pemilik CV Molek*, pada Tanggal 8 November 2018.

¹⁰ Wawancara dengan Ullia Annisa, *pemilik CV Molek*, pada Tanggal 8 November 2018.

ingin dirumah dan bisa urus anak dan suami, Dari hasil wawancara CV. Molek Box ini menyediakan masakan ala Korea. di ketahui jika datang ke Molek's box ini para konsumen akan menemukan restoran yang tidak terlalu ramai.CV Moleks ini Para pelanggan memang jarang dengan datang langsung ke restoran,tetapi lebih.banyak orang memesan secara online atau yang biasa disebut restoran *Online* yang bisa di akses lewat *Grab Food* dan juga *Go Food*.

