

## ANALISIS KELAYAKAN BISNIS KATERING RUMAHAN FOODHUB DI KECAMATAN CISAUK, TANGERANG

Stanley Gracius Christoper<sup>1</sup>, Messya Wijayanti Sungoro<sup>2</sup>, Jessica Natania Vinata<sup>3</sup>, Ricky Deo Volento Gultom<sup>4</sup>, Budi Setiawan<sup>5</sup>

[stanley.gracius@student.pradita.ac.id](mailto:stanley.gracius@student.pradita.ac.id)<sup>1</sup>, [messya.wijayanti@student.pradita.ac.id](mailto:messya.wijayanti@student.pradita.ac.id)<sup>2</sup>,  
[jessica.vinata@student.pradita.ac.id](mailto:jessica.vinata@student.pradita.ac.id)<sup>3</sup>, [ricky.deo@student.pradita.ac.id](mailto:ricky.deo@student.pradita.ac.id)<sup>4</sup>,  
[budi.setiawan@pradita.ac.id](mailto:budi.setiawan@pradita.ac.id)<sup>5</sup>

Pradita University

### ABSTRAK

Pertumbuhan sektor kuliner dan meningkatnya permintaan masyarakat akan layanan makanan praktis menjadikan usaha katering rumahan sangat penting untuk diteliti kelayakannya. FoodHub, sebuah usaha katering rumahan yang terletak di Kecamatan Cisauk, Tangerang, direncanakan akan mulai beroperasi pada tahun 2026 dan memanfaatkan peluang pasar di area pemukiman yang padat serta lingkungan kampus dan perkantoran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis FoodHub dari berbagai aspek, termasuk pasar, teknis, manajemen, legalitas, keuangan, risiko, dan lingkungan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dokumentasi, serta kajian literatur sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoodHub layak untuk dijalankan, didukung oleh potensi pasar yang besar, operasional yang memadai, struktur manajemen yang sederhana namun efektif, serta proyeksi finansial yang positif dengan margin keuntungan yang baik dan payback period selama 1,79 tahun. Secara keseluruhan, FoodHub memiliki prospek yang menjanjikan sebagai usaha katering rumahan di wilayah Cisauk.

**Kata Kunci:** Studi Kelayakan Bisnis, UMKM Katering, Analisis Pasar, Analisis Operasional, Kelayakan Finansial.

### ABSTRACT

*The growth of the culinary sector and increasing public demand for convenient food services make home-based catering businesses very important to study for feasibility. FoodHub, a home-based catering business located in Cisauk District, Tangerang, is planned to start operating in 2026 and take advantage of market opportunities in densely populated residential areas as well as campus and office environments. This study aims to analyze the business feasibility of FoodHub from various aspects, including market, technical, management, legal, financial, risk, and environmental aspects. The research method used is a qualitative approach through interviews, observations, documentation, and literature review as secondary data. The results of the study indicate that FoodHub is feasible to operate, supported by large market potential, adequate operations, a simple but effective management structure, and positive financial projections with good profit margins and a payback period of 1.79 years. Overall, FoodHub has promising prospects as a home-based catering business in the Cisauk area.*

**Keywords:** Business Feasibility Study, Catering MSMEs, Market Analysis, Operational Analysis, Financial Feasibility.

### PENDAHULUAN

Sektor kuliner di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dan menjadi salah satu pendorong utama aktivitas ekonomi lokal, terutama setelah para pelaku usaha memanfaatkan inovasi produk serta digitalisasi untuk memperluas jangkauan pasar. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pelaku usaha kuliner memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan ekonomi daerah dan beradaptasi terhadap

tantangan pasca-pandemi (Khomeiny, 2024).

Sebagai elemen dari sektor kuliner, Usaha kecil dan menengah merupakan usaha yang mayoritas dijalankan oleh masyarakat umum dan hasil dari usaha tersebut sangat diperlukan oleh masyarakat itu sendiri. Mereka mendirikan usaha dengan modal dari diri sendiri atau pihak lain untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun orang lain, yang kemudian memperoleh pendapatan dari usaha yang dijalankan (Husaini et al., 2023).

Pengertian UMKM lainnya, UMKM adalah sebuah unit usaha yang beroperasi secara perorangan atau kelompok di bidang ekonomi, baik dimiliki oleh individu, atau sebuah badan usaha. Perbedaan antara Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah seringkali diukur berdasarkan nilai aset awal, pendapatan rata-rata tahunan, atau jumlah pekerja (Winanti et al., 2024; (Gabriella et al., 2025).

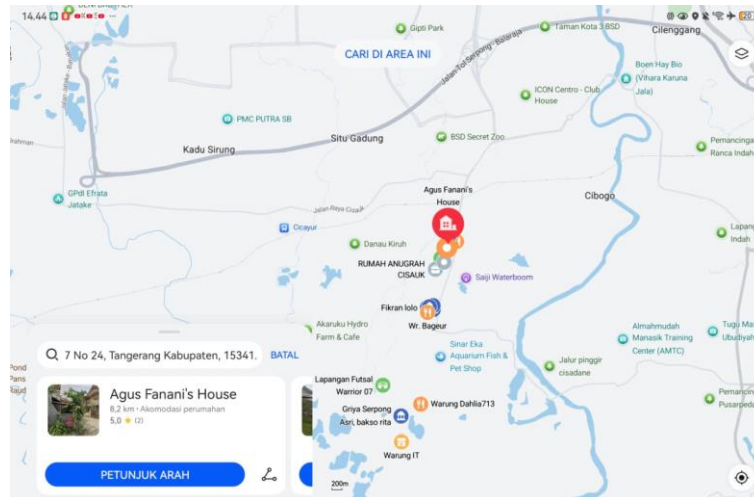
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang strategis karena kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja, menyebarkan manfaat pembangunan ekonomi, serta menunjukkan ketahanan di tengah guncangan ekonomi. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mendistribusikan hasil pembangunan. Selain itu, UMKM terbukti tangguh menghadapi krisis, seperti yang terlihat selama krisis moneter 1997–1999, di mana sektor ini mampu bertahan dan bahkan berkembang. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran dalam menggerakkan perekonomian di suatu negara baik di Indonesia atau mancanegara dan menciptakan lapangan pekerjaan di suatu daerah (Sudrartono et al., 2022; Austin et al., 2025).

Peran UMKM ini menjadi fondasi yang penting bagi pemulihan ekonomi lokal dan ketahanan komunitas usaha (Lewenusa & Leonardo, 2024). Bidang kuliner khususnya jasa boga atau katering, merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama pada skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Anggraeni & Sisdiyanto, 2024).

Usaha catering adalah salah satu usaha di 13 usaha pariwisata, usaha yang paling populer di bidang jasa makanan dan minuman, disetiap kesempatan dan momen suatu acara kita sering menjumpai aneka makanan enak yang disajikan dengan menarik oleh pengusaha katering (Rinaldo & Sauri, 2025). Catering atau katering adalah UMKM yang memerlukan strategi dalam operasionalnya. Layanan ini sangat dibutuhkan karena banyak orang ingin mengadakan acara dengan cara yang sederhana dan efisien. Dengan adanya pendampingan, pelaku usaha dapat mengembangkan strategi bisnis untuk menyiapkan dan menyajikan hidangan yang menjadi keunggulan dari catering (Guntarayana et al., 2024).

Catering atau katering umumnya melibatkan antara 5 hingga 10 orang, termasuk koki, pengarah, dan staff pendukung. Layanan ini dapat dilaksanakan di rumah atau di tempat acara, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran acara. Secara keseluruhan, catering atau katering merupakan usaha jasa yang mengolah serta menyajikan makanan untuk memenuhi kebutuhan suatu acara (Duratul Hikmah & Wijaya, 2024).

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan pada usaha katering Sulistyorini et al. 2024 “Studi Kelayakan Usaha Pada Umkm Papito Catering” studi kelayakan dari Ukm Papito dengan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari segi perizinan, sampai ke aspek finansial mencapai baik sampai dari aspek lingkungan, ekonomi sudah baik. Dalam penelitian lain yakni Harja S et al. 2025 “Studi Kelayakan Bisnis D’Family Catering Untuk Kelanjutan Bisnis” menggunakan metode kualitatif dengan studi kelayakan bisnis, dengan menggunakan indikator finansial dari hasil sekitar 2,7 tahun dan dinyatakan layak.



Gambar 1. Lokasi Usaha Katering Foodhub  
(Sumber : Google, 2025)

Di daerah penyangga ibu kota seperti Cisauk, Tangerang, pertumbuhan populasi dan aktivitas ekonomi mendorong tingginya permintaan akan makanan praktis dan berkualitas. "FoodHub" merupakan sebuah inisiatif usaha katering rumahan yang didirikan oleh dua orang wirausaha muda yang berencana beroperasi secara komersial mulai awal tahun 2026. Usaha ini berlokasi di Cisauk Perumahan Bermis Serpong Asri Blok B7 No 24, Tangerang Kabupaten, 15341. Usaha ini berfokus pada penyediaan menu rumahan dengan cita rasa autentik, bahan baku segar, dan pelayanan yang tepat waktu. Namun, sebelum diluncurkan, diperlukan suatu kajian komprehensif untuk menilai kelayakan bisnis ini guna meminimalisir risiko kegagalan dan memastikan keberlanjutannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis "FoodHub" dari aspek pasar dan pemasaran, teknis, manajemen dan SDM, legalitas, keuangan, serta aspek pendukung lainnya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif sendiri merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, metode ini digunakan untuk menyelidiki objek dalam kondisi alami, teknik pengumpulan datanya menggunakan triangulasi atau kombinasi yang dimana hasil dari penelitian kualitatif ini lebih menekan pada makna daripada generalisasi (Maryetti et al., 2024; Sugiyono, 2024). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk menganalisis suatu fenomena yang sedang terjadi (Sundari et al., 2024). Dapat disimpulkan metode kualitatif sendiri merupakan pendekatan yang menekankan pada analisis dan pemahaman tulisan serta hasil wawancara bertujuan untuk mengungkap makna yang terkandung di balik suatu fenomena. Berdasarkan metode penelitian tersebut, maka jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif.

Metode penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Pengertian data primer sendiri merupakan sumber data utama yang diambil oleh peneliti seperti hasil wawancara, observasi, dokumentasi, dan dengan melakukan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Sedangkan Data yang secara tidak langsung diperoleh oleh penulis disebut data sekunder. Sumber data sekunder yang dikumpulkan oleh penulis dengan cara mengambil dan menganalisis kembali dari penelitian - penelitian sebelumnya seperti jurnal, dokumen, artikel, situs website (Sulung & Muspawi, 2024).

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai Pak Muhammad Farhan Al-Ma'sum dan Muhammad Sohibuoyyan selaku

pemilik usaha UMKM catering Foodhub, melakukan observasi ke dapur yang akan digunakan pada saat usaha catering ini mulai berjalan, dan melakukan dokumentasi. Teknik observasi sendiri adalah teknik yang sudah sering digunakan dalam penelitian dengan metode kualitatif. Biasanya teknik ini lebih mengandalkan indra penglihatan berupa visual dibandingkan dengan indra pendengaran. Teknik ini juga sudah mendominasi di ranah internasional (Ichsan & Ali, 2020). Teknik wawancara sendiri adalah cara pengumpulan data dengan teknik yang dilakukan melalui percakapan atau melakukan interaksi sosial berupa tanya jawab dengan responden (Phafiandita et al., 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Hasil pendampingan dan analisis kelayakan menunjukkan bahwa *Foodhub* memiliki prospek bisnis yang menjanjikan sebagai usaha catering rumahan di Kecamatan Cisauk. Dari sisi pasar, kebutuhan masyarakat akan makanan praktis dan higienis semakin meningkat, terutama di kalangan mahasiswa, karyawan, dan keluarga pekerja. Pola konsumsi yang lebih memilih membeli makanan jadi dibanding memasak sendiri membuka peluang pasar yang besar bagi *Foodhub*. Strategi pemasaran digital melalui media sosial dan dukungan layanan pengiriman online juga memperkuat potensi pertumbuhan pelanggan.

*Foodhub* sendiri memiliki company value yang menjadi pedoman perilaku tim dan keputusan bisnis: Kualitas rumahan seperti rasa autentik, bahan segar, dan porsi adil. Kebersihan tanpa kompromi seperti standar dapur, SOP, dan audit rutin. Tepat waktu: komitmen pengiriman sesuai jadwal. Transparansi seperti daftar bahan, informasi nutrisi, dan harga jelas. Keberlanjutan lokal seperti prioritas pemasok sekitar Cisauk dan pengurangan limbah. Serta pelayanan hangat seperti responsif, sopan, dan solutif pada setiap pesanan.

Dari aspek teknis, operasional produksi telah memenuhi standar dasar keamanan pangan melalui penerapan alur kerja dapur yang terstruktur, penggunaan bahan baku segar, serta pengemasan rapi yang mendukung kualitas hidangan hingga sampai ke konsumen. Sistem pra-pemesanan (*order H-1*) meningkatkan efisiensi perhitungan bahan dan mengurangi risiko pemborosan. Sementara itu, aspek manajemen dan SDM telah menunjukkan pembagian tugas yang jelas antara tim produksi dan pemasaran, sehingga aktivitas operasional dapat berjalan lebih terarah dengan prioritas pada responsivitas dan kenyamanan pelanggan.

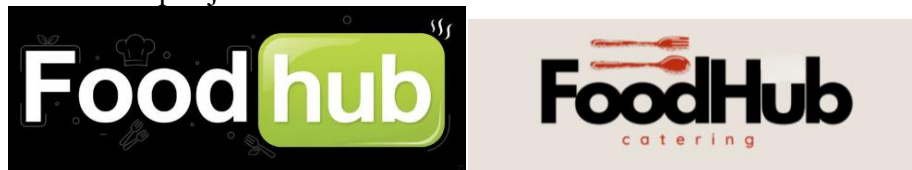
Dari aspek legalitas, *Foodhub* sedang dalam proses pemenuhan izin usaha seperti NIB, PIRT, dan sertifikasi halal. Pemenuhan legalitas ini menjadi langkah penting untuk memperkuat kredibilitas usaha dan membuka peluang kerjasama dengan instansi, lembaga pendidikan, maupun acara formal masyarakat. Selanjutnya, analisis finansial juga menunjukkan bahwa *Foodhub* layak dijalankan karena pendapatan diproyeksikan mampu menutup modal dalam waktu realistis, dengan margin keuntungan yang stabil sejalan dengan peningkatan volume pesanan.

Secara keseluruhan, *Foodhub* dinilai layak untuk dikembangkan karena memiliki kekuatan pada kualitas rasa rumahan, harga kompetitif, pelayanan ramah, dan ketepatan pengiriman. Tantangan utama seperti kapasitas produksi dapur rumahan dan penyelesaian legalitas dapat diatasi melalui penguatan manajemen operasional, perekrutan tenaga tambahan, serta perluasan pemasaran digital. Dengan strategi yang tepat, *Foodhub* berpotensi menjadi salah satu usaha catering rumahan unggulan di wilayah Cisauk dan sekitarnya.

## PEMBAHASAN

### Profil Usaha

Usaha katering FoodHub direncanakan beroperasi pada awal tahun 2026 sebagai bisnis jasa boga rumahan yang berlokasi di Cisauk, Tangerang. Usaha ini didirikan oleh dua lulusan perguruan tinggi tahun 2025, yaitu Muhammad Farhan Al-Ma'sum dan Muhammad Sohiburoyyan, yang melihat peluang kebutuhan makanan praktis di kawasan pemukiman dan perkantoran sekitar BSD–Cisauk. Lokasi usaha yang bertempat di rumah pendiri dinilai strategis karena berada di wilayah dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi, meningkatnya aktivitas komuter, serta tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan konsumsi siap saji.



**Gambar 2. Logo FoodHub**  
(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

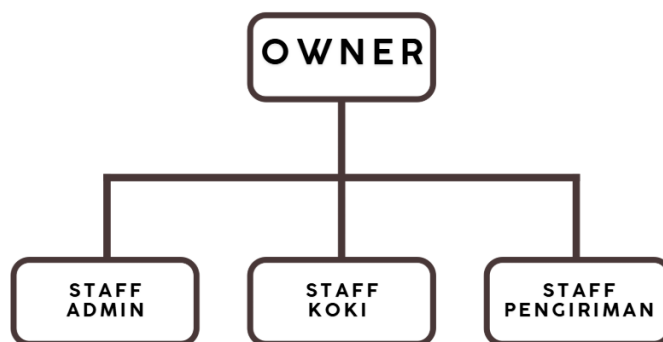
Identitas usaha disusun melalui penetapan logo, warna perusahaan, dan nilai-nilai yang menekankan profesionalisme, kebersihan, dan kepercayaan pelanggan, disertai visi untuk menyediakan layanan katering higienis serta misi yang berfokus pada inovasi menu dan konsistensi pelayanan. Rencana pengembangan usaha dilakukan secara bertahap, mulai dari pembukaan layanan katering rumahan, peningkatan fasilitas produksi, hingga penguatan pemasaran digital pada tahap awal. Dalam jangka menengah hingga panjang, FoodHub diarahkan untuk meningkatkan kapasitas produksi, menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan dan perkantoran, serta membangun struktur usaha yang lebih formal. Secara keseluruhan, profil usaha ini menunjukkan landasan awal yang cukup kuat bagi FoodHub untuk memasuki pasar katering rumahan, didukung oleh pemahaman pendiri terhadap kebutuhan lokal serta potensi pertumbuhan pasar di kawasan Cisauk.

### Aspek Legal

Aspek legal pada usaha FoodHub menunjukkan bahwa bisnis ini berada pada tahap persiapan pemenuhan perizinan yang diperlukan untuk menjalankan usaha katering rumahan sesuai ketentuan pemerintah. Proposal menegaskan bahwa dokumen yang harus dimiliki meliputi Nomor Induk Berusaha (NIB), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), izin PIRT untuk keamanan pangan, serta pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual untuk nama dan logo usaha. Kelayakan legal sangat bergantung pada kepatuhan terhadap peraturan keamanan pangan, terutama karena lokasi produksi berada di lingkungan rumah sehingga standar sanitasi harus dibuktikan melalui sertifikasi PIRT. Pemilik usaha juga menyadari bahwa logo dan nama usaha sebelumnya memiliki kemiripan dengan merek terkenal, sehingga pendaftaran HaKI menjadi penting untuk menghindari potensi sengketa merek. Secara umum, aspek legal dinilai layak selama proses perizinan tersebut diselesaikan sebelum usaha beroperasi penuh, karena legalitas menjadi dasar kepercayaan pelanggan dan syarat utama untuk menjalin kerja sama dengan institusi formal seperti kantor, kampus, atau penyelenggara acara besar.

### Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Aspek manajemen pada FoodHub memperlihatkan struktur organisasi sederhana yang menyesuaikan dengan skala usaha rumahan. Pengelolaan usaha dilakukan langsung oleh kedua pendiri dibantu satu hingga dua tenaga kerja tambahan pada bagian produksi dan persiapan.



**Gambar 3. Struktur Organisasi FoodHub**

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

Rencana pengembangan manajemen mencakup pembentukan SOP yang mengatur proses produksi, sanitasi, pelayanan pelanggan, hingga kontrol kualitas. Sistem kerja usaha dirancang bertahap, mulai dari persiapan perlengkapan, pengembangan menu, pemenuhan legalitas, hingga evaluasi operasional setiap enam bulan. Dari sisi sumber daya manusia, FoodHub menekankan pelatihan hygiene dan kemampuan memasak bagi tenaga kerja, serta penerapan standar kerja yang menjamin konsistensi rasa dan efisiensi waktu produksi. Kompensasi mengikuti standar upah minimum dan dibarengi evaluasi berkala. Dengan manajemen dan SDM yang relatif sederhana namun terstruktur, usaha dinilai layak dijalankan, meskipun keberlanjutan operasional akan sangat bergantung pada kemampuan pendiri mengatur delegasi pekerjaan ketika jumlah pesanan meningkat.

#### **Aspek Pasar dan Pemasaran**

Hasil analisis pasar menunjukkan bahwa FoodHub memiliki peluang pertumbuhan yang besar karena beroperasi di wilayah Cisauk yang padat penduduk, dikelilingi kampus, pusat perkantoran, dan kawasan perumahan kelas menengah. Target pasar meliputi mahasiswa, pekerja kantoran, keluarga, serta penyelenggara acara yang membutuhkan katering harian maupun event. Harga jual rata-rata Rp25.000 per kotak dianggap sesuai untuk daya beli segmen tersebut. Analisis kompetitor menunjukkan banyaknya usaha makanan dalam radius satu kilometer, namun variasi kualitas dan ketidakkonsistenan layanan pada kompetitor membuka peluang posisi diferensiasi FoodHub. Strategi pemasaran diarahkan pada media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, ditambah penggunaan foto produk, testimoni pelanggan, promo pembukaan, serta layanan pesan antar. Dengan potensi pasar yang besar, strategi digital yang relevan, serta harga kompetitif, aspek ini dinilai layak dan mendukung keberhasilan usaha apabila promosi dilakukan secara konsisten dan kualitas produk dipertahankan.

#### **Aspek Teknik dan Operasional**

Aspek teknik menunjukkan bahwa FoodHub memulai operasional dari dapur rumah tangga yang diubah menjadi ruang produksi dengan tata letak kerja yang terstruktur. Fasilitas yang disiapkan meliputi kompor, magicom, alat masak lengkap, chiller sederhana, ruang penyimpanan bahan baku, dan area untuk pengemasan.



**Gambar 4. Gambaran Proses Pengolahan Bahan Baku Sampai Di Tangan Konsumen**

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

Alur proses produksi dimulai dari persiapan bahan, pengolahan, pengemasan, hingga pengiriman pesanan menggunakan mitra ojek online atau pengiriman langsung. Kapasitas produksi direncanakan mencapai 100 hingga 500 porsi per hari tergantung jumlah pesanan. Pemilik usaha merencanakan pembelian peralatan tambahan seperti oven konveksi atau vacuum sealer apabila volume pemesanan meningkat. Secara teknis, operasional dinilai layak untuk tahap awal, meskipun peningkatan kapasitas di masa depan memerlukan investasi tambahan dan penyesuaian alur kerja agar efisiensi dan keamanan pangan tetap terjaga.

#### Aspek Perilaku Konsumen

Analisis perilaku konsumen pada proposal menunjukkan bahwa mayoritas calon pelanggan berusia 18 hingga 40 tahun, memiliki aktivitas tinggi, dan mengutamakan makanan yang praktis, higienis, serta mudah dipesan secara digital. Faktor utama dalam keputusan pembelian meliputi rasa makanan, kemasan yang rapi, ketepatan waktu pengantaran, harga yang wajar, dan konsistensi pelayanan. Konsumen pada wilayah Cisauk cenderung memilih katering yang mampu memberikan menu variatif dengan porsi cukup. Kesadaran akan kebersihan dan keamanan pangan semakin meningkat sehingga menjadi nilai tambah bagi usaha yang mampu membuktikannya. Pemahaman terhadap perilaku konsumen ini menunjukkan bahwa strategi menu FoodHub yang mengutamakan masakan rumahan dan cita rasa stabil sangat sesuai dengan preferensi pasar. Dengan pendekatan layanan yang responsif dan pemanfaatan platform digital, aspek ini dinilai layak dan mendukung keberlanjutan usaha.

#### Aspek Keuangan

**Tabel 1 Investasi Awal**

Tahun-0 (Investasi Awal)			
Deskripsi	Cash In	Cash Out	Cash Flow
Modal	Rp10.000.000		Rp10.000.000
Kompor		Rp500.000	Rp9.500.000
Magicom		Rp1.500.000	Rp8.000.000
Alat Masak		Rp2.500.000	Rp5.500.000
Bahan Awal		Rp500.000	Rp5.000.000

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)



**Tabel 2. COGS (Olahan Peneliti)**

Bahan	Kebutuhan	Satuan	Harga Pasaran	Satuan	Harga/Gram	Biaya
Ayam fillet	80	g	Rp45.000	kg	Rp45	Rp3.600
Tepung roti	20	g	Rp30.000	kg	Rp30	Rp600
Tepung terigu	10	g	Rp12.000	kg	Rp12	Rp120
Telur	0,25	butir	Rp28.000	10 butir	Rp2.800	Rp700
Bawang putih	3	g	Rp17.000	200 g	Rp85	Rp255
Lada	6,9	g	Rp30.000	55 g	Rp545	Rp3.764
Minyak goreng (absorpsi)	20	ml	Rp40.000	kg	Rp40	Rp800
Nasi	150	g	Rp12.000	kg	Rp12	Rp1.800
Sayur (lalapan)	10	g	Rp5.000	200 g	Rp25	Rp250
Sambal	1	pcs	Rp8.000	22 pcs	Rp364	Rp364
Kemasan	1	set	Rp4.000	pcs	Rp4.000	Rp4.000
Total Biaya Variabel/box						Rp16.252
Harga Jual						Rp25.000

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

Analisis keuangan FoodHub memberikan gambaran bahwa usaha ini memiliki proyeksi keuntungan yang cukup menjanjikan apabila asumsi penjualan tercapai. Investasi awal yang diperlukan sebesar Rp10.000.000 digunakan untuk pembelian peralatan utama seperti kompor, magicom, peralatan masak, serta bahan baku awal. Biaya produksi dihitung melalui analisis COGS, di mana total biaya variabel per kotak makan sebesar Rp16.252 dengan harga jual Rp25.000. Margin kontribusi ini cukup memadai untuk menutupi biaya operasional dan menghasilkan laba. Proyeksi arus kas tahunan menunjukkan nilai positif, yaitu sekitar Rp5.396.727 pada tahun pertama, Rp6.656.400 pada tahun kedua, dan Rp7.916.073 pada tahun ketiga. Break-even point tercapai pada sekitar 3.498 boks, dan payback period diperkirakan 1,79 tahun. Nilai NPV berada pada angka positif dengan discount rate 10 persen, sedangkan ROI mencapai sekitar 200 persen selama tiga tahun. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa FoodHub layak untuk dijalankan secara finansial, meskipun sensitivitas terhadap kenaikan harga bahan baku dan biaya tenaga kerja perlu diperhatikan.

#### **Aspek Risiko**

Aspek risiko pada usaha menunjukkan adanya beberapa potensi hambatan yang perlu dikelola dengan baik. Risiko keamanan pangan menjadi salah satu yang paling krusial karena usaha beroperasi dari dapur rumah tangga, sehingga penerapan SOP kebersihan, penyimpanan bahan baku, dan proses produksi harus dilakukan secara disiplin. Risiko operasional juga muncul dari kemungkinan keterlambatan pengiriman atau ketidakstabilan pasokan bahan. Dari sisi keuangan, fluktuasi harga bahan pokok seperti ayam, minyak goreng, dan beras dapat mempengaruhi margin keuntungan. Selain itu, risiko hukum muncul apabila legalitas seperti NIB atau PIRT belum diselesaikan.



Risiko lingkungan dan hubungan dengan tetangga juga dapat terjadi mengingat lokasi usaha berada di area pemukiman. Meskipun demikian, proposal telah memberikan strategi mitigasi yang memadai, seperti pelatihan hygiene, pengawasan produksi, pencarian pemasok alternatif, dan penyelesaian perizinan. Dengan mitigasi yang tepat, aspek risiko dinilai masih dapat dikendalikan.

#### **Aspek Lingkungan dan Industri**

Aspek lingkungan berfokus pada dampak operasional usaha catering terhadap area sekitar rumah pemilik. Pengelolaan limbah organik dari dapur menjadi perhatian utama, sehingga pemilik perlu melakukan pemisahan sampah dan pembuangan yang sesuai. Penggunaan kemasan plastik juga memerlukan strategi pengurangan atau alternatif ramah lingkungan agar tidak meningkatkan volume sampah. Dari sisi industri, catering rumahan di Cisauk termasuk dalam industri yang kompetitif karena banyaknya usaha sejenis, namun permintaan yang luas membuat pasar tetap terbuka. Kelebihan FoodHub terletak pada konsep merek yang lebih modern, kualitas kemasan, serta strategi pemasaran digital yang lebih agresif dibanding usaha rumahan pada umumnya. Industri catering lokal memberikan peluang pertumbuhan apabila usaha mampu mempertahankan konsistensi mutu dan membangun jaringan pelanggan tetap.

#### **Aspek PEST**

Analisis PEST memberikan gambaran bahwa kondisi eksternal relatif mendukung jalannya usaha. Dari sisi politik dan regulasi, pemerintah menerapkan standar keamanan pangan yang ketat sehingga usaha harus mematuhi aturan PIRT dan praktik produksi higienis. Secara ekonomi, wilayah Tangerang dan BSD menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan peningkatan jumlah penduduk produktif yang membutuhkan layanan catering. Dari aspek sosial, terdapat perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih makanan praktis dan layanan pesan antar, sehingga menciptakan peluang besar bagi usaha catering rumahan. Faktor teknologi juga sangat berpengaruh karena kemajuan platform digital memungkinkan proses pemasaran dan pemesanan menjadi lebih efisien. Dengan dukungan empat faktor tersebut, aspek PEST dinilai mendukung keberlanjutan dan potensi pengembangan usaha FoodHub.

**Tabel 4. Uji Kelayakan Usaha**

<b>Aspek</b>	<b>Layak/Tidak</b>
Aspek Legal	Layak
Manajemen	Layak
<i>Human Resources</i>	Layak
Pasar	Layak
Pemasaran	Layak
Teknik	Layak
Perilaku Konsumen	Layak
Keuangan	Layak
Pest	Layak
Risiko	Layak

(Sumber : Olahan Peneliti, 2025)

## KESIMPULAN

1. Aspek Legal: Legalitas usaha dapat dipenuhi dengan menyelesaikan NIB, NPWP, PIRT, dan pendaftaran HaKI sebelum operasional penuh sehingga meningkatkan kepatuhan hukum dan kredibilitas usaha.
2. Aspek Manajemen: Struktur organisasi sederhana namun jelas, disertai pembagian tugas yang efektif dan adanya SOP dasar yang mendukung kelancaran pengelolaan usaha.
3. Aspek Sumber Daya Manusia: Perencanaan SDM telah mencakup pelatihan hygiene, pembagian tugas, evaluasi kinerja, serta sistem kompensasi yang sesuai untuk menjaga kualitas layanan.
4. Aspek Pasar: Potensi pasar cukup besar dengan tingginya kebutuhan konsumsi praktis dari mahasiswa, pekerja, dan keluarga, serta segmentasi pasar yang sudah tepat sasaran.
5. Aspek Pemasaran: Strategi promosi melalui media sosial dinilai efektif untuk menjangkau target pasar, didukung diferensiasi produk dan penetapan harga yang kompetitif.
6. Aspek Teknik: Lokasi rumah sebagai dapur produksi memadai untuk tahap awal, fasilitas operasional tersedia, dan alur kerja telah disusun dengan mempertimbangkan efisiensi.
7. Aspek Perilaku Konsumen: Preferensi konsumen telah dianalisis melalui kebutuhan akan rasa, kebersihan, porsi, dan kemudahan pemesanan yang sesuai dengan karakteristik pelanggan di wilayah Cisauk.
8. Aspek Keuangan: Hasil perhitungan menunjukkan indikator finansial positif, dengan BEP sekitar 3.498 box, payback period 1,79 tahun, NPV positif, ROI tinggi, dan arus kas tahunan yang terus meningkat.
9. Aspek PEST: Faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi mendukung berkembangnya usaha katering, terutama melalui kemudahan pemasaran digital dan meningkatnya pola konsumsi praktis.
10. Aspek Risiko: Risiko operasional, finansial, dan legalitas telah diidentifikasi, dan mitigasi yang disusun dapat membantu meminimalkan dampak risiko terhadap jalannya usaha.
11. Aspek Lingkungan: Pengelolaan limbah organik dan penggunaan kemasan telah diperhatikan sehingga operasional tidak memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitar.
12. Aspek Industri: Kondisi industri katering yang kompetitif tetap memberikan peluang, terutama dengan keunggulan branding modern, konsistensi layanan, dan strategi pemasaran digital.

Secara keseluruhan, FoodHub memiliki fondasi usaha yang kuat dan prospek pertumbuhan yang menjanjikan. Untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang, disarankan agar pemilik usaha melengkapi seluruh legalitas, memperkuat manajemen dan pengelolaan keuangan, meningkatkan inovasi pemasaran, serta terus mengelola risiko secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSAKA

- Anggraeni, R. S., & Sisdianto, E. (2024). Implementasi Tata Kelola Perusahaan Pada Bisnis Catering. *Jurnal Media Akademik(JMA)*, 2(5). <https://doi.org/10.62281/v2i5.338>
- Austin, P., Harsana, L. C., Lepar, B., Gregorius, B., & Setiawan, B. (2025). Pendampingan Pembuatan Legalitas UMKM Glasy Kitchen. *Ikra-Ith*, 9(2), 171. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i2>
- Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha

- Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i1.2048>
- Gabriella, A., Marion, G., Windiana, E., Syabina, Z. L., & Setiawan, B. (2025). PKM Pendampingan Pemasaran UMKM Pecel Lele OMA. *IKRA-ITH ABDIMAS Universitas Persada Indonesia Y.A.I*, 9(2). <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v9i2.4067>
- Guntarayana, I., Wiludjeng, F. A., & Mita, I. T. (2024). Pendampingan Strategi Bisnis Bagi Pelaku Usaha Caering Di Nglepok Blitar. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1). <https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/195/164>
- Harja S, d. K., A, A. W., & J, A. M. (2025). Studi Kelayakan Bisnis D'Family Catering Untuk Kelanjutan Bisnis. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER HUBISINTEK*, 3(1), 330. <https://ojs.udb.ac.id/HUBISINTEK/article/view/2679>
- Hidayat, R. (2024). Analisis Perbandingan Penerapan Fungsi POAC dalam Perusahaan Eastman Kodak Company dan Fujifilm Holdings Corporation. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.29313/jres.v4i2.5224>
- Husaini, M., Raudah, S., & Amaliya, M. (2023). Implementasi Program Perluasan Jangkauan UMKM Di Kabupaten Balangan. *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*, 2(6). <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i6.1027>
- Ichsan, & Ali, A. (2020). Metode Pengumpulan Data Penelitian Musik Berbasis Observasi Auditif. *Musikolastika Jurnal Pertunjukkan & Pendidikan Musik*, 2(2). <https://doi.org/10.24036/musikolastika.v2i2.48>
- Ishak, A. A., Lamusa, F. A.H., & Adda, H. W. (2023). Pengembangan Teknik Pemasaran Dan Inovasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kedai Vespa Palu. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 1(2), 165-173.
- Khomeiny, M. (2024). Resiliensi Pelaku Bisnis Kuliner di Masa dan Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *EMIK Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1). <https://doi.org/10.46918/emik.v7i1.2251>
- Lewenusa, I., & Leonardo. (2024). Sistem Informasi Geografis Penyebaran UMKM Kuliner Berbasis Web di Kelurahan Tanah Sereal Jakarta Barat. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 7(1).
- Maryetti, Saptadinata, A., Murniaty, D., Luthfiandana, R., & Dermawan, A. D. (2023). Potensi Daya Tarik Wisata Gastronomi Makanan Khas Bugis – Makassar. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3). <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.314>
- Phafiandita, A. N., Permadani, A., Pradani, A. S., & Wahyudi, M. I. (2022). Urgensi Evaluasi Pembelajaran di Kelas. *Jurnal Inovasi dan Riset Akademik*, 3(2). <https://doi.org/10.47387/jira.v3i2.262>
- Rachmawati, A. (2017). Membangun Informasi Layanan Umum Rumah Kos Melalui Aplikasi Berbasis Web. *JURNAL ILMIAH FIFO*, 9(2).
- Rinaldo, R., & Sauri, N. N. (2025). Rancang Bangun Sistem Informasi Pengelolaan Dan Pemesanan Catering Berbasis Web Pada Katering Waroeng Boele. *dcomputare*, 15(1), 41. <https://doi.org/10.30605/dcomputare.v15i1.97>
- Rioni, Y. S., & Syauqi, T. R. (2020). Analisa Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembuatan NPWP UKM Di Kebum Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. *Jurnal Perpajakan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan*, 1(2). <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalperpajakan/article/view/805>
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital (1st ed.)*. Widina Bhakti Persada Bandung (Group CV. Wildina Media Utama). <https://repository.penerbitwidina.com/publications/515239/kewirausahaan-umkm-di-era-digital>
- Sugiyono, P. D. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed., Vol. 6)*. ALFABETA, cv.
- Sulistyorini, A., S, D. a. D., R, N. A., M, A. Z., M, A. Z., A, A. S., & Wijayanti, R. R. (2024). Studi Kelayakan Usaha Pada UMKM Papito Catering. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 191. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i1.1154>

- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier. *Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(3). <https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238>
- Sundari, U. Y., Panudju, A. A. T., Nugraha, A. W., Purba, F., Erlina, Y., Nurbaiti, N., Kalalinggi, S. Y., Afifah, A., Suheria, Elsandika, G., Setiawan, R. Y., Alfiyani, L., & Pereiz, Z. (2024). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). CV. Gita Lentera. [https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Tri-Panudju/publication/377847335\\_METODOLOGI\\_PENELITIAN/links/65baf7ee1e1ec12eff672f36/METODOLOGI-PENELITIAN.pdf#page=24](https://www.researchgate.net/profile/Andreas-Tri-Panudju/publication/377847335_METODOLOGI_PENELITIAN/links/65baf7ee1e1ec12eff672f36/METODOLOGI-PENELITIAN.pdf#page=24)
- Wijaya, T., Zain, D. Z., & Anam, K. (2021). Kedudukan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dalam Sistem Hukum Nasional. *Legal Studies Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.33650/ljsj.v1i2.2895>
- Winanti, P. A., Liliana, Putri, K. A., Candra, A. C., & Setiawan, B. (2024). Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Media Abdimas universitas Persada Indonesia Y.A.I*, 3(3), 88. <https://doi.org/10.37817/mediaabdimas.v3i3.3759>
- Yeni, M., Yanti, I. D., & Susanti. (2021). Kegiatan Pendampingan, Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (OSS) Bagi Anggota Koperasi Permaisuri Mandiri Di Kota Benda Aceh. *Jurnal Pengambidan kepada Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i3.107>