

CALORIES CATERING, KATERING DENGAN FASILITAS PERHITUNGAN KEBUTUHAN KALORI, SARAGI (SARAPAN PAGI) DELIVERY DAN KONSULTASI NUTRISI SECARA GRATIS

D. Riyadi*, Shinta P. Fidayanti, Yazid E. Pradanta

*Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat, Banjarbaru
riyadi.danang56@yahoo.co.id**

Abstract

Malnutrition caused by lack of food supplies, lack of good environmental quality, and lack of public knowledge about nutrition. The prevalence of malnutrition status in adolescents aged 16-18 years is quite high based on data obtained from Riskesdas in 2010. The prevalence of short adolescents with percentage figures as much as 31.2 % and the prevalence of skinny teenager with a percentage figure of 8.9 %. While the prevalence of very lean by IMT according to the characteristics of the respondents, especially in South Kalimantan was ranked 2nd after the top of the 33 provinces of West Kalimantan in Indonesia. To solve the problem of malnutrition and with a pretty solid community activities, catering business into one of the right choices. Employers catering formally Banjarbaru in the region that has a large number of orders is only 3. The purpose of the application of Calories Catering business is making a business formation activity culinary creative, unique, and has advantages that no other catering business, which is a calculation facility needs calories, nutrition or health consultation, and delivery Saragi. In addition it helps assist the government in reducing the prevalence of malnutrition status and creating a quality human resources with the needs of calories according to consumer activity. Methods in the implementation of this effort is the preparation, marketing and service, return on capital, and sustainable profits in the business. During the 5 months of business activity passes successfully serve 19 spot orders, 1,278 boxes, with a turnover of Rp 14,926,500, -. Continuous effort is the primary focus of this effort.

Keywords: *Nutritional Status, Fulfillment Calories, Calories Catering*

1. PENDAHULUAN

Masalah gizi merupakan masalah yang ada di tiap-tiap negara, baik negara miskin, negara berkembang dan negara maju. Saat ini di dalam era globalisasi dimana terjadi perubahan gaya hidup dan pola makan, Indonesia menghadapi permasalahan gizi ganda. Di satu pihak masalah gizi kurang pada umumnya disebabkan oleh kemiskinan, kurangnya persediaan pangan, kurang baiknya kualitas lingkungan, dan kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gizi.

Prevalensi status kurang gizi pada remaja umur 16-18 tahun cukup tinggi berdasarkan data yang didapatkan dari

RisKesDas pada tahun 2010. Prevalensi remaja pendek dengan angka persentase sebanyak 31,2% dan prevalensi remaja kurus dengan angka persentase 8,9%. Sedangkan prevalensi sangat kurus berdasarkan IMT menurut karakteristik responden khususnya di Kalimantan Selatan mendapat peringkat ke-2 teratas setelah Kalimantan Barat dari 33 provinsi di Indonesia.¹

Prevalensi kurang gizi salah satunya bisa diakibatkan dari kurangnya pasokan nutrisi makanan pada seseorang. Kurangnya pasokan nutrisi makanan pada seseorang akan berdampak pada kesehatan seperti anemia. Anemia adalah suatu keadaan

dimana seseorang kekurangan kadar Hemoglobin (Hb) dalam darah yang terutama disebabkan oleh kekurangan zat nutrisi (khususnya zat besi) yang diperlukan untuk pembentukan Hb tersebut (Depkes 1998 pada Hardinsyah dkk 2007). Faktanya masyarakat Banjarbaru khususnya mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang mengontrak atau mengkost, lebih dari 50% tidak sarapan pagi sebelum berangkat kuliah, hal tersebut disebabkan karena malasnya mahasiswa tersebut untuk pergi kewarung-warung yang menyediakan makanan untuk sarapan pagi, dengan alasan malas dan terlambat bangun. Sedangkan menurut Rodiah (2003), remaja yang suka jajan lebih banyak (18,5%) yang menderita anemia dibandingkan dengan responden yang tidak jajan (9,1%). Tingginya anemia pada remaja ini akan berdampak pada prestasi belajar siswa karena anemia pada remaja akan menyebabkan daya konsentrasi menurun sehingga akan mengakibatkan menurunnya prestasi belajar. Oleh karena itu, setiap konsumen seharusnya tahu akan kandungan nutrisi pangan yang dikonsumsi, agar tidak menimbulkan dampak yang negatif. Selain itu jumlah kalori yang dihasilkan dari makanan juga seharusnya sesuai dengan aktivitas yang dilakukan.^{1,2}

Kebutuhan gizi pada seseorang berbeda-beda tergantung dari tinggi badan, berat badan dan tingkat ringan/ beratnya aktivitas yang dimiliki seseorang. Pada seseorang dengan Indeks massa Tubuh (IMT) normal dianjurkan mengkonsumsi minimal 2000 kkal/ kapita/ hari. Namun, berdasarkan data hingga tahun 2007, Indonesia memiliki total konsumsi pangan yang masih dibawah anjuran kebutuhan minimum.³

Banyaknya jumlah usaha dibidang makanan menjadi tolak ukur terhadap kualitas asupan pangan masyarakat. Pengusaha kuliner yang ada saat ini khususnya di Banjarbaru tidak ada satupun

yang menginfokan kandungan nutrisi dari makanan yang disajikan. Hal tersebut disebabkan dari pengetahuan yang kurang akan kandungan nutrisi makanan yang disajikan, dan kurangnya pengetahuan mengenai kandungan nutrisi dari sumber-sumber pangan seperti buah, sayur, ikan, dan lain-lain, terlebih pada usaha makanan di bidang catering.

Katering merupakan usaha makanan dengan jenis pelayanan *event* dan *daily*. Saat ini ada beberapa usaha catering yang memiliki pesanan cukup banyak di Banjarbaru, yaitu Isna, Wulan Dari, dan Indokrez, akan tetapi dari ketiga catering terbesar tersebut, tidak ada satupun yang menginfokan kandungan nutrisi atau jumlah kalori yang terkandung dari masing menu. Hal ini yang mendasari timbulnya gagasan baru terhadap usaha dibidang makanan yang berbeda dari yang lain dan memiliki komitmen untuk meningkatkan derajat kesehatan dari fasilitas-fasilitas yang diberikan. Selain itu, kebiasaan masyarakat tidak sarapan pagi sebelum melakukan aktivitas juga menjadi gagasan dalam usaha ini, karena Menurut Wijastuti (2006), sarapan pagi termasuk salah satu faktor terjadinya anemia pada remaja putri.²

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan dimana pentingnya seseorang mengetahui status gizi personalnya dan berapa kalori yang ia butuhkan dalam sehari untuk digunakan dalam beraktivitas, maka terbentuklah ide usaha suatu jasa dalam bidang makanan, yaitu *Calories Catering*. Usaha ini menawarkan pemesanan catering dengan berbagai fasilitas, yaitu perhitungan kebutuhan nutrisi, konsultasi nutrisi, dan *morning delivery* dengan jenis pelayanan pemesanan berupa *event* dan *daily*. Menu pangan disajikan sesuai dengan kebutuhan gizi konsumen. Selain konsumen dapat mengetahui berapa kalori makanan yang didapatkan dari makanan tersebut, konsumen juga bisa mengetahui status gizi

dirinya. Dengan mengetahui status gizi konsumen, kita bisa sekaligus mencegah penyakit-penyakit yang dapat timbul akibat ketidakseimbangan asupan gizi.

Tujuan umum dari usaha ini adalah terbentuknya usaha yang dapat menghasilkan profit yang berkelanjutan dan memberikan manfaat dari segi kesehatan. Sedangkan tujuan khusus dari usaha ini adalah menghasilkan profit yang sesuai dan memberikan suatu usaha di bidang catering yang kreatif, inovatif, dan berbeda dari segi fasilitas pelayanan dan menu yang disajikan.

2. METODE

Secara umum pelaksanaan usaha ini terbagi beberapa tahap yang dilakukan, yaitu tahap persiapan, pemasaran dan pelayanan, pengembalian modal, dan profit berkelanjutan usaha.

Persiapan

Tahap ini merupakan bagian dalam mempersiapkan usaha secara menyeluruh dari aspek pembuatan proposal, permodalan, bahan baku, pendirian tempat, dan lain-lain. Usaha catering ini akan dimulai dengan menyewa suatu rumah yang memiliki 3 ruangan terpisah, yaitu ruangan satu sebagai tempat informasi dan pelayanan, ruangan dua sebagai tempat administrasi pertemuan tim manajemen dalam perencanaan bagian pemasaran. Kemudian ruangan terakhir digunakan sebagai juru masak dalam memenuhi berbagai pesanan. Tahap ini juga sebagai persiapan akan tersedianya tenaga kerja atau juru masak untuk memenuhi pemesanan yang nantinya ada. Melakukan perhitungan kandungan nutrisi yang ada dari setiap menu yang disajikan. Membuat *marketing tools* yang akan disebar pada tahap pemasaran dan promosi

Pemasaran dan Pelayanan

Bagian ini merupakan tahap paling penting dalam pelaksanaan usaha. Pemasaran

yang dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut dan membuat brosur yang menarik melalui media online dan offline, juga memberikan brosur tersebut kepada mahasiswa, organisasi, dan instansi yang membutuhkan layanan catering ini.

Pengembalian Modal

Fokus utama dalam memulai usaha ini adalah menghasilkan profit yang besar dan dengan berjalannya pemasukan profit tersebut berorientasi pada pengembalian modal investasi awal, sehingga penambahan modal dapat dilakukan dalam tahap berikutnya, akan tetapi tidak ada *prive* yang dilakukan pada periode ini.

Profit berkelanjutan Usaha

Proses pengembalian modal yang dilakukan berjalan dengan orientasi pada penambahan modal baru. Usaha ini akan memungkinkan berkelanjutan dengan cara *franchise*, yaitu jenis kemitraan bagi pemilik modal lain yang ingin mengembangkan usaha ini di tempat lain. Untuk sementara yang dilakukan adalah proses kemitraan kerjasama yang di uji coba diluar kota, yaitu Banjarmasin dan Tangerang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempat yang menjadi usaha atau kantor Indokrez Calories Catering ada di Banjarbaru, di komplek Husada Permai jalan Padat Karya nomer 8, sungai besar. Dengan menyewa 1 tahun ruangan yang memiliki kapasitas yang diinginkan seharga Rp 2.500.000, dan pemenuhan kelengkapan isinya yaitu Rp 3.500.000 hingga total pengeluaran pada bulan 1 adalah Rp 5.900.000. Dana tersebut dapat terpenuhi dengan penanaman modal pribadi sebesar Rp 7.000.000, sedangkan sisa Rp 1.100.000 di gunakan untuk membuat 1000 kotak catering dengan brand Indokrez (Indonesia kreasi zuper) Calories Catering pada bulan maret. Sedangkan di Banjarmasin telah

bekerjasama dengan depot laras dalam pemenuhan pesanan katering, begitu juga untuk diluar kota di Tangerang yang masih dicanangkan untuk persiapan *franchise*, bekerjasama dengan mahasiswa STAN (Sekolah Tinggi Akuntansi Negara).

Selama 5 bulan berjalan, total pesanan yang dilayani Indokrez Calories Catering sebanyak 19 pesanan event dari organisasi maupun instansi, dengan total keseluruhan kotak atau pesanan katering sebanyak 1.278 kotak pesanan dan omset yang dihasilkan sebesar Rp 14.926.500. Jenis pesannya juga beragam, bahkan yang tidak sesuai katalog menu yang ditawarkan, jadi dapat menyesuaikan permintaan konsumen, untuk rincian,

dokumentasi pesanan, dan siklus keluar masuk keuangan pesanan tersebut dapat dilihat di rincian biaya dan log book. Pada bulan 1 atau bulan februari, persiapan dilakukan sesuai pada penerapan metode yang dilakukan, yaitu mempersiapkan tempat, peralatan penunjang, fasilitas layanan, *marketing tools*, dan juru masak. Promosi kami lakukan dengan berbagai metode, secara offline personal, brosur, spanduk, banner, maupun online.

Penjualan atau pesanan katering tiap bulan memberikan gambaran yang baik dalam berkembangnya usaha untuk mengevaluasi hasil, dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Neraca Penjualan Katering

Bulan	Pesanan (Spot)	Jumlah (kotak)	Omset (Rp)	Laba kotor (Rp)	Keberhasilan (%)
Maret	6	428	4.667.500	969.525	64,6%
April	5	394	4.300.000	1.120.350	74,7%
Mei	2	67	1.105.000	314.350	21 %
Juni	6	389	4.854.000	1.219.500	81,3%

Indikator keberhasilan 100% usaha ini adalah jika menghasilkan laba kotor Rp 1.500.000/bulan, karena masih melayani pesanan event, untuk SARAGI *delivery* terkendala dengan tenaga kerja dan pihak sasaran, akan tetapi hal tersebut dapat diganti sesuai permintaan dari konsumen melalui perencanaan kedepan, yaitu *all time delivery* yang ditentukan dan kedai yang bisa dikunjungi oleh konsumen secara langsung untuk menikmati layanan dan menu sajian. Jika dilihat pada tabel, jumlah pesanan kotak katering dan omset yang dihasilkan pada bulan maret tidak sebanding dengan indikator keberhasilan yang hanya 64,6% dibandingkan dengan bulan yang lain, hal tersebut dikarenakan harga katering/kotak pada awal pelaksanaan bisa dikatakan murah, yaitu antara Rp 10.000 – Rp 13.000, dengan rasio pemasukan bagi

tim manajemen yang kurang. Selain itu banyaknya biaya overhead dan tingginya pengeluaran juru masak yang tidak terpantau. Pada bulan April pembenahan mulai dilakukan terhadap evaluasi yang dilakukan, sehingga terjadi peningkatan laba menjadi 74,7%, walaupun jumlah kotak pesanan lebih sedikit dari bulan maret.

Bulan mei merupakan bulan evaluasi terhadap kegiatan usaha yang ada dalam mengatasi masalah, bagaimana meningkatkan keuntungan target indikator, dan juga *brand image*, sehingga sedikitnya pemasukan yang ada di bulan mei dengan indikator keberhasilan hanya 21% menjadi pelajaran besar bagi berlangsungnya kegiatan usaha, yang memberikan hasil pada bulan berikutnya, yaitu terjadi peningkatan persentase indikator keberhasilan mencapai 81,3% pada bulan Juni. Evaluasi setiap

bulan selalu dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha, salah satunya mengenai brand image, khususnya pada saat menggunakan kotak catering dengan logo Indokrez Calories Catering.

Kebijakan mengenai *brand image* yaitu, jika harga pesanan dibawah Rp 15.000/kotak maka tidak menggunakan kotak Indokrez Calories Catering, hal tersebut mengantisipasi agar kualitas tetap terjaga dari segi brand. Kemudian, pada bulan juni juga dilakukan launching menu istimewa dengan harga mencapai Rp 25.000, yang membuat kesan mewah, "*special beef*" pada acara seminar BAHAS. Besar harapan sasaran konsumen kedepan adalah semua golongan, akan tetapi lebih menitik beratkan pada kalangan menengah keatas, yang menekankan pada emosional konsumen bukan rasional kosumen.

Profit berkelanjutan usaha sangat ditekankan pada usaha ini, melihat hasil maksimal kegiatan usaha yang dilakukan selama 5 bulan, hal ini diwujudkan dengan berbagai rencana kedepan melalui perencanaan yang sangat matang menyesuaikan permintaan konsumen. Pertama, terhadap keberlangsungan pesanan agar bersifat keberlanjutan, melakukan promosi di media koran Metro Banjar yang bersedia memberikan liputan dan potongan harga iklan mencapai 50% secara tertulis jika tim PKM lolos ke PIMNAS. Kemudian mengadakan dukungan kerjasama konsumen melalui bentuk tertulis kepada instansi dan organisasi yang berpotensi menggunakan melakukan pesanan di Indokrez Calories Catering antara lain FSIM FK UNLAM, BAHAS, BKKBN Banjarbaru, BEST STIKES HUSADA BORNEO, IYCB, HIMA PSKG, dan lain-lain.

Kedua, terhadap rencana pembentukan warung atau kedai Indokrez Calories Catering yang menjadi tempat menikmati sajian secara langsung sesuai dengan permintaan konsumen, yaitu di

kantin STIKES HUSADA BORNEO dan pembentukan di tempat strategis berupa warung atau kedai, melalui kerja sama dengan investor pemilik modal dan pihak koperasi Usaha Bhakti loktabat selatan Banjarbaru yang bersedia memberikan pinjaman dana mencapai Rp 50.000.000,- dengan memanfaatkan kartu anggota ketua kelompok PKM di koperasi tersebut. Ketiga yaitu sistem *franchise*, ketika semua sudah matang dan memberikan bukti nyata keunikan dan potensi peluang keuntungan usaha yang baik. Memungkinkan usaha Indokrez Calories Catering dapat berdiri disetiap kota di Indonesia, bahkan di kancan international.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha *Calories Catering* ini menjadi salah satu peluang usaha yang menjanjikan disemua kalangan masyarakat yang terkadang kurang peduli terhadap asupan gizi harian. Usaha yang kreatif, unik, dan berbeda dari kegiatan usaha sejenis, yaitu catering dengan fasilitas kebutuhan kalori, konsultasi nutrisi dan SARAGI *delivery* yang bisa menjadi *all time delivery* yang sudah ditentukan.

Melalui penekanan pada emosional konsumen, menu dan fasilitas yang ditawarkan dapat diterima dan dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi asupan gizi harian mereka secara seimbang dengan memperhitungkan kebutuhan kalori yang sesuai. Sehingga profit berkelanjutan dapat terwujud melalui kerjasama berbagai pihak terhadap hasil yang sudah ditunjukkan dari kegiatan usaha. Agar hasil yang ditargetkan tercapai, maka diperlukan kualitas, pelayanan, pemasaran dan promosi yang baik pula.

Dalam segi kualitas dan pelayanan kami memiliki dua orang juru masak dan dua orang ahli gizi untuk menjamin kepercayaan konsumen. Sedangkan dari segi pemasaran dan promosi menggunakan cara yang lebih

efektif untuk menarik minat konsumen, yaitu dengan berbagai media pemasaran dan menambahkan menu *special beef* yang terkesan mewah dan elegan.

Saran untuk pelayanan konsultasi gizi agar lebih diperluas lagi agar dapat melayani konsultasi kesehatan sehingga selain konsumen dapat mengkonsultasikan keadaan status gizi mereka, konsumen juga dapat sekaligus mengkonsultasikan keadaan kesehatan mereka.

5. REFERENSI

- [1] Anonim 2010, 'Riset Kesehatan Dasar 2010', *Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan*.
- [2] Aditian Nari 2009, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kejadian Anemia Gizi Remaja Putri SMP 133 Di Pulau Pramuka Kepulauan Seribu Tahun 2009', *Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia*.
- [3] Aswatini, Noveria Mita, Fitranita 2008, 'Konsumsi Sayur dan Buah di Masyarakat dalam Konteks Pemenuhan Gizi Seimbang', *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Vol III, No.2, pp. 99.
- [4] Anonim 2010, *Banjarbaru City In Figures 2010*, diakses tanggal 29 Oktober 2012, http://banjarbarukota.bps.go.id/flash_paper/BARU9_edit.swf.