

**ANALISIS KEUNTUNGAN USAHA KECIL KULINER DALAM UPAYA PENGEMBANGAN  
UMKM DI KOTA MANADO  
(STUDI KASUS USAHA KATERING MIRACLE RANOTANA WERU)**

*PROFITS ANALYSIS OF SMALL BUSINESS CULINARY UMKM DEVELOPMENT EFFORTS IN THE CITY  
OF MANADO (KATERING BUSINESS MIRACLE CASE STUDIES RANOTANA WERU)*

Oleh :

**Jemmy E.O. Rawis<sup>1</sup>**  
**Vicky.V.J. Panelewen<sup>2</sup>**  
**Arie Dharmaputra Mirah<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Peternakan, Program Studi Peternakan  
Universitas Sam Ratulangi Manado  
Email : [jemmyrawis1971@yahoo.co.id](mailto:jemmyrawis1971@yahoo.co.id)  
[vicky\\_panelewen@yahoo.com](mailto:vicky_panelewen@yahoo.com)  
[ariedpm@yahoo.com](mailto:ariedpm@yahoo.com)

**Abstrak** : Katering adalah usaha yang melakukan kegiatan di bidang jasa yang pengelolaan makanan, minuman yang menyediakan/melayani permintaan makanan, minuman untuk berbagai macam keperluan diluar tempat usaha pada waktu tertentu, dengan melibatkan ataupun tidak melibatkan petugas dan perlengkapan berdasarkan perjanjian tertulis maupun tidak tertulis. Analisis keuntungan merupakan suatu metode yang dipakai untuk melihat secara cermat pada setiap bulannya apakah usaha katering tersebut mengalami keuntungan atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran usaha katering Miracle dan mengetahui kondisi finansial usaha katering Miracle. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada bulan pesanan normal usaha katering Miracle mengalami keuntungan sebesar Rp. 21.845.346 dengan tingkat ratio R/C sebesar 1,46 atau dapat disimpulkan bahwa usaha katering tersebut tergolong layak untuk dijalankan karena nilai R/C lebih dari 1. Demikian juga kajian pada bulan pesanan tinggi, usaha katering Miracle mengalami keuntungan Rp. 114.331.550 dengan tingkat ratio R/C sebesar 2.09 maka dapat disimpulkan bahwa usaha katering tersebut tergolong layak untuk dijalankan karena nilai R/C lebih dari 1. Untuk kemajuan usaha katering Miracle serta untuk meningkatkan keuntungan disarankan untuk tetap menjaga kualitas, mutu, pelayanan terhadap konsumen pengguna jasa katering sehingga usaha ini tetap berjalan.

**Kata kunci** : usaha katering, keuntungan

**Abstract** : Catering is a business undertaking activities in the field of management services of food, beverage supply / demand serve food, drinks for a variety of purposes outside the place of business at any given time, involving or not involving personnel and equipment based on the written and unwritten agreements. Benefit analysis is a method that is used to look carefully at each month if the catering business has experienced a profit or not. The purpose of this research is to describe Miracle catering business and catering business know the financial condition Miracle. The results of this study showed that in normal order business catering Miracle experiencing a profit of Rp. 21,845,346 with the level ratio R/C of 1.46 or it can be concluded that the catering business is classified as eligible to run for the R/C is more than 1. Similarly, a study in the high order, the catering business Miracle experiencing gains Rp.114.331.550 with the level ratio R/C at 2:09 it can be concluded that the catering business is classified as eligible to run for the R/C is more than 1. Miracle catering to business progress as well as to increase profits are advised to maintain quality, quality, customer services catering services so that business users is still running.

**Keywords** : catering businesses, profits

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Indonesia sebagai Negara yang sedang berkembang, sedang berusaha mewujudkan pembangunannya disegala bidang. Salah satu upaya untuk mengejar ketertinggalannya yaitu dengan melakukan pembangunan dibidang ekonomi dan industri yang didasarkan Pancasila dan UUD 1945 menuju masyarakat Indonesia yang adil dan makmur, sehingga pemerintah memberikan kebijakannya salah satunya dengan menetapkan undang-undang No.20 Tahun 2008, pada tanggal 4 Juli 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, pendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional..

Kota Manado adalah salah satu kota propinsi di Indonesia yang sedang berkembang perekonomiannya. Berdasarkan RPJMD kota Manado (2010-2015) visi kota Manado yaitu “Manado Kota Model Ekowisata”. Dua misi utama atau grand misi dalam pengembangan ekonomi yaitu Membangun Identitas dan Citra Kota sebagai Model Ekowisata Dunia dan Meningkatkan Peran Manado dalam Pengembangan Ekonomi Kawasan. Mengembangkan produk unggulan merupakan salah satu target yang dikembangkan pemerintah kota manado terutama kuliner khas manado.

Usaha katering adalah salah satu jenis usaha mikro bisnis rumahan yang menerapkan cara praktis dan efisien waktu bagi mereka yang membutuhkan berbagai makanan tanpa mengelolanya sendiri ataupun menyediakan peralatan acara karena membutuhkan tenaga, dana dan waktu yang besar. Usaha ini menawarkan makanan untuk berbagai kebutuhan acara seperti pesta, kantoran, seminar dan lainnya. Berkembangnya usaha katering baik usaha kecil maupun usaha menengah di perkotaan menimbulkan persaingan usaha, sehingga usaha katering membutuhkan kemampuan pengelolaan yang baik dalam segi produksi yaitu penggunaan bahan baku, tenaga kerja dan kemampuan mengelola dan segi pemasaran yaitu pelayanan dan cita rasa makanan, disamping itu diperlukan juga strategi pengembangan usaha kedepannya.

Program pengembangan UMKM memerlukan kajian untuk masing-masing bidang usaha tujuannya untuk mengetahui gambaran dan memberikan informasi ilmiah bagi pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan peneliti dalam melihat perkembangan yang ada. Usaha katering “Miracle” merupakan salah satu usaha mikro (UMKM) di kota Manado yang telah menjalankan usahanya kurang lebih 7 tahun, “Miracle” katering menawarkan 4 paket pilihan katering untuk acara pesta atau acara resmi lain. Setiap paket yang ditawarkan memiliki pilihan harga yang mengikuti kemampuan keuangan konsumen untuk melaksanakan acara dengan menu masakan pilihan yang menarik dengan citarasa sesuai selera konsumen. Penggunaan produk ternak daging babi dan ayam yang diolah dengan cita rasa masakan Chinese food dan masakan khas Minahasa merupakan produk menu utama katering Miracle, disamping pelayanan dan penataan yang bersifat mewah.

Kemampuan sukses usaha katering Miracle perlu dikaji guna menjadi gambaran usaha kecil (UMKM) yang telah berhasil. Produksi makanan katering dalam hal ini, pengolahan makanan, biaya produksi, manajemen tenaga kerja merupakan tujuan kajian usaha kecil. Selain itu perhitungan keuntungan dan analisis ekonomi dapat memberi rekomendasi bagi usaha katering Miracle dalam menghadapi tantangan persaingan dan kendala ekonomi, karena selama ini belum pernah dikaji secara ilmiah terutama melihat usaha katering juga merupakan salah satu usaha agribisnis (*Downstream Agribusiness*) sehingga dirasa perlu untuk dilakukan penelitian secara mendalam. Permasalahan dalam usaha katering di kota Manado bagaimana gambaran usaha katering “Miracle”, bagaimana produk peternakan : produk ternak babi dan ayam digunakan dan jenis pengolahannya untuk menarik konsumen dan bagaimana kondisi finansial usaha katering “Miracle”.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitan ini adalah untuk mengetahui gambaran usaha katering “Miracle” dan mengetahui kondisi finansial usaha katering “Miracle”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Agribisnis

Pengertian Agribisnis (Sutawi, 2002:277) yaitu : 1. Suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas, yaitu kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan- kegiatan pertanian; 2. Sebuah sistem kegiatan yang meliputi tiga komponen, *the farm input sector*, *the farming sector* dan *the product marketing sector*. 3. Merupakan keseluruhan dan kesatuan dari seluruh organisasi dan kegiatan mulai dari produksi dan distribusi sarana produksi, kegiatan produksi pertanian di lahan pertanian sampai dengan pengumpulan, penyimpanan, pengolahan dan turun sampai distribusi hasil akhir dari pengolahan tersebut ke konsumen.

Pembangunan sistem Agribisnis mencakup lima subsistem. *Pertama*, subsistem agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*), yakni industri perbenihan/ pembibitan tumbuhan dan hewan, industri agrokimia (pupuk, pestisida, obat/vaksin ternak) dan industri agro otomotif (mesin dan peralatan pertanian) serta industri pendukungnya. *Kedua*, subsistem usaha tani (*on-farm agribusiness*). Termasuk dalam hal ini adalah usaha tani tanaman pangan dan hortikultura, usaha tani tanaman obat-obatan, usaha tani perkebunan, dan usaha tani peternakan, usaha perikanan dan usaha kehutanan. *Ketiga*, subsistem pengolahan (*down stream agribusiness*). Termasuk didalamnya industri makanan, industri minuman, industri barang-barang serat alam, industri bio farmaka, dan industri agro wisata dan estetika. *Keempat*, subsistem pemasaran termasuk didalamnya adalah kegiatan distribusi untuk memperlancar arus komoditi dari sentra produksi ke sentra konsumsi, promosi, informasi pasar, serta intelijen pasar (*market intelligence*). *Kelima*, subsistem jasa yang menyediakan jasa bagi subsistem agribisnis hulu, subsistem usaha tani dan subsistem agribisnis hilir. Termasuk ke dalam sub sistem ini adalah penelitian dan pengembangan, perkreditan dan asuransi, transportasi, pendidikan, pelatihan dan penyuluhan, sistem informasi dan dukungan kebijaksanaan pemerintah (mikro ekonomi, tata ruang, makro ekonomi) (Sutawi, 2002:277).

### Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Menurut UU Nomor 99 tahun 1998, pengertian UMKM adalah : Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan yang tidak sehat. Definisi UMKM berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UMKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), Lembaga keuangan mendefinisikan UMKM dari ukuran omset dan asset, BPS (Biro Pusat Statistik) membicarakan UMKM dari segi SDM dan tenaga kerja, DISPERINDAG melihatnya dari ukuran produksinya.

Menurut Sriyana (2010) bahwa acuan utama pengertian UMKM mengacu pada Undang-undang UMKM Nomor 20 tahun 2008, yaitu :

- 1). Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi criteria usaha mikro.
- 2). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.
- 3). Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 4). Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Karakteristik UMKM dilihat dari kelebihan adalah sebagai berikut :

- a. Daya Tahan  
Motivasi pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan kelanjutan usahanya karena usaha tersebut merupakan satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adatif dalam menghadapi situasi dalam lingkungan usaha.
- b. Padat Karya  
Pada umumnya UMKM yang ada di Indonesia merupakan usaha yang bersifat padat karya. Dalam proses produksinya, usaha kecil lebih memanfaatkan kemampuan tenaga kerja yang dimiliki daripada penggunaan mesin-mesin sebagai alat produksi.
- c. Keahlian khusus  
UMKM di Indonesia banyak membuat produk sederhana yang membutuhkan keahlian khusus namun tidak teralalu membutuhkan pendidikan formal. Keahlian khusus tersebut biasanya dimiliki secara turun temurun, selain itu produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia mempunyai kandungan teknologi yang sederhana dan murah.
- d. Jenis Produk.  
Produk yang dihasilkan UMKM di Indonesia pada umumnya bernuansa kultur yang pada dasarnya merupakan keahlian tersendiri dari masyarakat di masing-masing daerah. Contohnya kerajinan tangan dari bamboo atau rotan dan ukur-ukiran kayu.
- e. Keterkaitan dengan sektor pertanian  
UMKM di Indonesia pada umumnya masih bersifat agricultural based karena banyak komoditas pertanian yang dapat diolah dalam skala kecil tanpa harus mengakibatkan biaya produksi yang tinggi.
- f. Permodalan  
Pada umumnya, pengusaha kecil menggantungkan diri pada uang (tabungan) sendiri atau dana pinjaman dari sumber-sumber informal untuk kebutuhan modal kerja (Fatmawati, 2015).

Sektor UMKM di Indonesia, umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut : kegiatan usaha tidak terorganisasi secara baik, karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas/kelembagaan yang tersedia, tidak mempunyai izin usaha, pola kegiatan usaha tidak teratur baik dalam arti lokasi maupun jam kerja, pada umumnya kebijakan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi tidak sampai ke sektor ini. Umumnya UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai permasalahan yang menghambat kegiatan usahanya. Berbagai hambatan tersebut meliputi pemasaran, keterbatasan finansial, keterbatasan SDM berkualitas, masalah bahan baku, keterbatasan teknologi, infrastruktur pendukung dan rendahnya komitmen pemerintah (Jaka, 2010).

### **Usaha Katering**

Dalam industri manufaktur, UMKM di bidang makanan dan minuman, sepatu, tekstil dan garmen, kayu dan produk-produk kayu, jaket dan produk-produk jaket, kerajinan, produk-produk logam, dan elektronik mendapatkan bantuan yang signifikan dari pemerintah, dikarenakan UMKM memiliki peranan yang kuat dikhususkan pada industri ini (Tambunan dan Musnidar, 2007). Pertumbuhan usaha katering di kota di Indonesia telah berkembang dengan pesat karena permintaan yang tinggi atas kebutuhan konsumen untuk acara pernikahan, perkumpulan keluarga, rapat, dan acara-acara kenegaraan. Beberapa tahun lalu usaha katering belum dikelola secara professional, dan peralatan yang digunakannya juga belum canggih (Samir, 2011).

Usaha katering dapat didefinisikan sebagai usaha yang melakukan kegiatan pengelolaan makanan dan minuman diluar tempat usahanya pada waktu tertentu, dengan melibatkan ataupun tidak melibatkan petugas dan perlengkapan berdasarkan perjanjian tertulis maupun tidak tertulis (Wikipedia.org, 2015) Menurut Purwati, Tj. (1994) katering adalah suatu usaha di bidang jasa dalam hal menyediakan/ melayani permintaan makanan, untuk berbagai macam keperluan. Sedangkan menurut Moehyi (1992) menyatakan bahwa katering adalah jenis penyelenggaraan makanan yang tempat memasak makanan berbeda dengan tempat menghidangkan makanan. Makanan jadi diangkut ke tempat lain untuk dihidangkan, misalnya ke tempat penyelenggaraan pesta, rapat, pertemuan, kantin atau kafetaria industri.

### **Konsumsi Daging**

Daging adalah merupakan bahan pangan yang diperoleh dari hasil penyembelihan hewan-hewan ternak atau buruan. Hewan-hewan yang khusus dternakkan sebagai penghasil daging adalah berbagai spesies mamalia seperti sapi, kerbau, kambing domba dan babi dan berbagai spesies unggas seperti ayam, kalkun dan

bebek atau itik. (Koswara, 2009). Dengan berkembangnya ilmu-ilmu peternakan, beberapa spesies hewan seperti sapi, domba, babi dan ayam telah diseleksi khusus sebagai penghasil daging yang mana hewan-hewan tersebut mengkonversi sebahagian besar dari ransum yang dimakan untuk pertumbuhan jaringan otot. Hewan-hewan yang demikian disebut tipe potong atau tipe daging mempunyai bentuk badan yang menunjukkan pertumbuhan otot yang sempurna pada seluruh permukaan tulang-tulangnya dengan kaki yang pendek (Koswara, 2009).

## **Konsep Biaya Produksi, Modal, Penerimaan dan Keuntungan**

### ***Biaya Produksi***

Boediono (1997) menyatakan produksi dalam arti luas dan arti sempit. Produksi dalam arti sempit merupakan suatu proses pendayagunaan sumber-sumber yang telah tersedia, yang mana diharapkan terwujudnya hasil yang lebih dari segala pengorbanan yang telah diberikan. Produksi dalam arti luas merupakan suatu proses pendayagunaan segala sumber daya yang tersedia untuk mewujudkan hasil yang terjamin kualitas dan kuantitasnya yang terkelola dengan baik sehingga merupakan komoditi yang dapat diperhitungkan. Biaya dalam pengertian ekonomi adalah semua beban yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa agar siap digunakan oleh konsumen. Biaya yang harus ditanggung produsen dalam proses produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk membeli faktor-faktor produksi yang akan digunakan dalam proses produksi.

Wasis (1993) menyatakan bahwa biaya produksi adalah pengorbanan-pengorbanan yang mutlak yang harus diadakan atau dikeluarkan agar diperoleh sesuatu hasil. Biaya produksi dapat dibagi menjadi dua, yaitu biaya-biaya yang berupa uang tunai misalnya upah kerja dan biaya in-natura. Nirwana (2003) menyatakan bahwa biaya produksi terdiri atas dua bagian utama, yaitu biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Nirwana (2003) menyatakan bahwa penambahan dari keseluruhan biaya tetap dan biaya variabel adalah biaya total (*Total cost*) atau dapat diperoleh dari rumus  $TC=FC+VC$ . Biaya produksi rata-rata yaitu biaya produksi total dibagi dengan jumlah produksi (Mubyarto, 1991).

### ***Modal***

Mubyarto (1991) menyatakan modal adalah sumber-sumber ekonomi di luar tenaga kerja yang dibuat oleh manusia. Kadang-kadang modal dapat dilihat dalam arti uang atau arti keseluruhan nilai daripada sumberdaya ekonomi non manusia. Modal dalam usaha pertanian dapat dibedakan antara modal sendiri dan modal pinjaman. Modal merupakan salah satu faktor produksi dalam pertanian disamping tanah, tenaga kerja, dan pengusaha. Sedangkan kredit sebagai suatu alat untuk membantu penciptaan modal. Selanjutnya menurut Kadarsan (1995) bahwa modal adalah factor produksi yang disediakan, diolah dan dikontrol dalam suatu usaha tani perusahaan agribisnis maupun usaha yang masih sederhana yang berbentuk uang kartal, giral atau dalam bentuk barang yang dipakai dalam kegiatan produksi dibidang pertanian.

### ***Penerimaan***

Mubyarto (1991) menyatakan bahwa penerimaan merupakan total dari produksi atau jasa yang dijual dikali dengan harga, sedangkan pendapatan adalah hasil penerimaan yang dikurangi dengan biaya produksi. Penerimaan dari hasil produksi mempunyai persamaan dari jumlah satuan komoditas yang diproduksi dikalikan dengan harga komoditas produk persatuan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya harga juga akan mempengaruhi tinggi rendahnya penerimaan. Menurut Beattie dan Taylor (1994), penerimaan total (*Total Revenue*) didefinisikan sebagai :

$$TR = p \cdot Q$$

Dimana : P adalah harga dan Q adalah jumlah produksi

### ***Keuntungan***

Keuntungan (laba) merupakan tujuan perusahaan, dimana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya. Kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba merupakan salah satu petunjuk tentang kualitas manajemen serta operasi perusahaan tersebut, yang berarti mencerminkan nilai perusahaan. Menurut Tampubolon (2005) menyatakan bahwa laba diperoleh dari penjualan dikurangi semua biaya operasional. Hal

yang sama disampaikan Sumarsono (2000) bahwa keuntungan/laba adalah selisih antara penerimaan atau pendapatan total dan jumlah seluruh biaya. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan. Laba perusahaan dalam hal ini dapat dilakukan dijadikan sebagai ukuran dari efisiensi dan efektifitas dalam sebuah unit kerja dikarenakan tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, laba suatu perusahaan khususnya pada pusat laba atau unit usaha yang menjadikan laba sebagai tujuan utamanya merupakan alat yang baik untuk mengukur prestasi pimpinan atau manajer atau dengan kata lain efisiensi dan efektifitas dari perusahaan dapat dilihat dari laba yang diraih unit tersebut.

## Penelitian Terdahulu

Dupa (2014) mengenai Perancangan Dan Pembuatan Sistem Informasi Administrasi Pada Katering Happuch di Kota Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana merancang dan membuat suatu sistem informasi yang terbaik yang dapat menyimpan seluruh data yang berkaitan dengan proses pemesanan, pembelian bahan, perhitungan laba rugi, serta laporan sehingga kondisi finansial dapat tertata dengan baik dan keuntungan bisa dimaksimalkan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan *database* maka data dapat disimpan dengan baik, sebab hal ini akan memudahkan bagi perusahaan dalam mengubah, ataupun mengisi dan menghapus data sehingga pesanan dalam jumlah yang banyak dapat diatur dan diterima. Prabowo (2013) mengenai Analisis Perilaku Konsumen Jasa Katering Untuk Keperluan Pesta Di Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk menggambarkan perilaku konsumen pengguna jasa katering untuk keperluan pesta di Surabaya dengan melihat tanggapan responden setelah menggunakan jasa katering. Hasil penelitian menunjukkan konsumen pengguna jasa katering untuk pesta pada usia produktif dengan pengeluaran terbanyak lebih memilih katering dengan menu prasmanan yang bervariasi, praktis dan harga yang dapat dijangkau.

## METODE PENELITIAN

Waktu pelaksanaan penelitian selama 2 bulan yaitu November-Desember 2015. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus pada usaha katering Miracle Ranotana Weru Manado. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus. Data yang dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengambilan data primer dilakukan dengan metode survey untuk mendapatkan keterangan secara jelas dan secara terinci mengenai sampel dengan panduan kuesioner dan wawancara secara mendalam kepada pemilik katering Miracle. Data sekunder diperoleh dari lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian. Data dikumpulkan, ditabulasi dan dianalisis untuk melihat gambaran karakteristik usaha mikro katering Miracle, untuk menggambarkan kondisi usaha responden tentang keadaan umum lokasi tempat usaha, karakteristik pengusaha, manajemen, tenaga kerja, dan pemasaran Analisis Biaya Produksi dan Keuntungan serta Analisis R/C Ratio dan B/C Ratio.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Profil Usaha Katering Miracle

Usaha Katering Miracle merupakan salah satu usaha kuliner (usaha penyediaan makanan untuk pesta/acara) yang berada di Kota Manado. Usaha ini dikelola oleh Bapak Jemmy Rawis, S.Pt yang telah berjalan selama 7 tahun, yaitu sejak tahun 2009. Usaha katering diberi nama "Miracle" yang berarti keajaiban. Usaha katering Miracle berlokasi di Ranotana Weru lingkungan VIII Manado. Lokasi usaha katering yang berada di kota Manado mempermudah kegiatan usaha kuliner ini dimana terdapat beberapa tempat berbelanja yaitu beberapa pasar tradisional yang cukup besar dan beberapa pasar modern yang menyediakan bahan makanan setiap waktu. Seperti Pasar Karombasan dan Pasar Bersehati Manado yang merupakan Pasar tradisional yang cukup besar dalam menyediakan bahan daging dan sayur serta bahan lain yang lengkap, segar dan harga yang murah setiap hari dan pasar modern lengkap seperti Fresh Mart, Multi Mart, Golden Supermarket, Jumbo Supermarket dan lainnya. Posisi letak usaha sangat ditunjang dengan akses jalan Manado-Bitung dan Manado-Tomohon-Tondano. Akses jalan ini berhubungan dengan kabupaten Minahasa Utara, kota Bitung, Kabupaten Minahasa, kota Tomohon, Kota Tondano dan daerah lainnya, hal ini membuat banyak konsumen diluar kota Manado yang memesan katering Miracle walaupun jauh. Menurut Sumarni dan Soeprihanto (2005) bahwa

dalam memilih lokasi usaha salah satunya dengan melihat faktor-faktor ekonomi seperti dekat dengan bahan baku, dekat dengan pasar, dekat dengan pemasok tenaga kerja dan ongkos transport. Tujuan pemilihan lokasi usaha adalah untuk memberikan kesempatan kepada perusahaan didalam mencapai tujuannya atau dengan kata lain mencari titik lokasi yang paling ekonomis disegala sektor.

Produk utama usaha catering adalah produk makanan dengan citarasa yang tinggi, higienis, sehat dan segar. Dalam mengelola usaha catering miracle, kualitas produk yang ditawarkan oleh pengelola adalah paket menu makanan pesta ala restoran yang menarik dengan citarasa, berkualitas dan penataan yang menarik. Daftar paket menu makanan dan harga catering Miracle seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1. Daftar paket menu makanan dan harga catering Miracle**

<b>Jenis Paket dan Harga (Rp/Org)</b>	<b>Jenis Paket dan Harga (Rp/Org)</b>
<b>Paket 1 : Rp. 30.000</b>	<b>Paket 2 : Rp. 35.000</b>
1. Babi tore	1. Babi tore/Kecap/Rica/Loba
2. Asam manis	2. Asam manis (Ayam/Babi)
3. Ayam kecap/rica	3. Ayam Suwir/Kecap/Rica
4. Puyuh cah	4. Puyuh Cah
5. Laksa	5. Ikan Bakar/Woku
6. Cap cae cah	6. Laksa
7. Nasi	7. Cap Cae Cah
8. Buah segar	8. Nasi
9. Air mineral	9. Buah Segar
	10. Salad/Asinan/Puding
	11. Air Mineral
<b>Paket 3 : Rp. 40.000</b>	<b>Paket 4: Rp. 50.000</b>
1. Babi tore/garo/Rica/kecap/Loba	1. Babi tore
2. Asam manis (Ayam/Babi)	2. Asam manis (Ayam/Babi)
3. Ayam Suwir/Kecap/Rica	3. Ayam Suwir/Kecap/Rica
4. Puyuh Cah	4. Puyuh Cah
5. Ikan Bakar/Woku	5. Ikan Bakar/Woku
6. Sate	6. Sate
7. Laksa	7. Loba/babi garo
8. Cap Cae Cah	8. Laksa
9. Asparagus/Brenebon	9. Cap Cae Cah
10. Nasi	10. Asparagus/Brenebon
11. Buah Segar	11. Nasi
12. Salad/Asinan/Puding	12. Buah Segar
13. Air Mineral	13. Salad Mayonais
	14. Asinan/Puding
	15. Air Mineral

*Sumber : Paket harga catering Miracle 2015*

Dalam memasarkan produk menu makanan usaha kuliner, usaha kuliner catering berbeda dengan usaha restoran. Penerapan harga per kepala atau orang dilakukan usaha catering karena hitungan jumlah undangan tamu acara/pesta/kegiatan yang akan hadir. Dalam daftar harga paket, minimum pemesanan paket yang ditawarkan usaha catering Miracle yaitu 50 orang. Dalam menawarkan pilihan paket menu (Tabel 1), paket 1 hingga paket 4, ditawarkan paket dengan selisih harga Rp. 5.000 hingga Rp. 10.000, dimana tiap kenaikan paket dengan ketambahan jumlah menu makanan. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan konsumen memilih menyesuaikan anggaran acara/kegiatan. Semakin naik harga per kepala yang ditawarkan tentunya menambah pilihan menu makanan yang semakin menarik. Harga paket yang ditawarkan yaitu paket 1 Rp. 30.000, paket 2 Rp. 35.000, paket 3 Rp. 40.000 dan paket 4 Rp. 50.000. Berdasarkan jumlah pemesanan harga paket yang terbanyak adalah jenis paket 1 dengan harga Rp. 30.000 selanjutnya adalah paket 2 dengan harga Rp. 35.000, dan untuk paket 3 sangat jarang dipesan karena harga paket yang cukup tinggi bahkan untuk paket 4 dalam tahun 2015 tidak ada yang memesan.

Hasil penelitian Prabowo (2013) yang meneliti catering di kota Surabaya bahwa harga paket catering yang ditawarkan yaitu paket 1 Rp. 37.500, paket 2 Rp. 47.500 dan paket 3 Rp. 52.500. Selanjutnya dikatakan bahwa pilihan paket 1 adalah pilihan terbanyak dalam pesanan setiap bulannya. Demikian juga dengan hasil penelitian Dupa (2014) yang menyatakan bahwa harga paket catering makanan dan minuman untuk acara pesta dan kantor pada catering Happuch di kota Surabaya yaitu Pilihan 1. Rp. 40.000. pilihan 2 Rp. 50.000 dan pilihan 3 Rp.55.000. Untuk pilihan harga paket konsumen banyak yang memilih pilihan 1. Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa harga paket catering di kota Surabaya lebih tinggi dari harga paket catering di kota Manado hal ini disebabkan karena pendapatan masyarakat (konsumen) di kota besar lebih tinggi dari daerah (dilihat dari Upah Minimum Regional Surabaya dan Manado) sehingga harga yang ditawarkan disesuaikan mengikuti pendapatan didaerahnya. Hal lainnya dalam tingkat pemesanan jenis paket harga, konsumen di kota Surabaya dan Manado mempunyai kesamaan memilih harga paket yang lebih murah (Paket 1).

Selain paket makanan per kepala, usaha catering Miracle juga menawarkan menu makanan yang dapat dipesan per pan atau tempat, gunanya untuk menawarkan kelengkapan menu masakan lain diluar menu paket yang dipesan. Hal yang sama juga dilakukan oleh usaha catering di kota Surabaya. Menurut Prabowo (2013) selain pilihan paket pilihan, catering surya menawarkan aneka tumpeng, dan aneka menu makanan dos, demikian juga dengan Dupa (2014) bahwa catering Happuch menyediakan menu makanan khas daerah lainnya. Hal ini dimaksud untuk mevariasikan pilihan menu masakan guna keperluan acara baik untuk pesta atau acara kantor seperti seminar dan lainnya.

Pemasaran usaha catering Miracle selain membagikan brosur menu masakan pilihan, metode dari mulut ke mulut oleh konsumen yang telah puas menggunakan jasa dan produk catering Miracle sangat efektif. Sehingga pengelola catering terus berkomitmen mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk cateringnya. Hal ini sama dengan penelitian dari Prabowo (2015) bahwa pemasaran paling efektif untuk catering adalah lewat mulut ke mulut. Hal ini dilakukan oleh pihak klien yang sudah puas akan pelayanan dan produk yang ia terima. Usaha catering Miracle pada saat dilakukan penelitian memiliki 6 orang tenaga kerja upah selain pemilik yaitu suami dan istri yang juga turut berperan bekerja sebagai manajer. Pembagian Kerja, Jumlah Tenaga Kerja, dan Upah per Bulan Usaha Catering Miracle pada Tabel 2.

**Tabel 2. Pembagian Kerja, Jumlah Tenaga Kerja dan Upah Per bulan Usaha Catering Miracle**

No.	Kegiatan kerja	Jumlah TK (Org)	Upah (Rp)	Total (Rp)
1	Pemilik/Manajer	2	*	-
2	Bagian Dapur	3	Rp.1.500.000	Rp.4.500.000
2	Bagian persiapan barang dan meja	2	Rp.1.300.000	Rp.2.600.000
3	Sopir/pembantu umum	1	Rp.1.500.000	Rp.1.500.000
<b>Total</b>				<b>Rp.8.600.000</b>

*Sumber : Data diolah 2015*

Melihat struktur dan jumlah pegawai maka usaha catering Miracle digolongkan pada usaha kecil. Hal ini seperti pendapat dari Sriyani (2010) yang mengutip BPS dalam mengklasifikasikan usaha kecil berdasarkan tenaga kerja yaitu usaha kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang, demikian juga dengan definisi dari Bank Dunia bahwa usaha kecil memiliki tenaga kerja kurang dari 30 orang. Manajemen yang dilakukan dalam usaha catering Miracle masih sangat sederhana karena usaha masih tergolong dalam usaha kecil dimana peran pekerja masih dapat membantu pada bagian lainnya untuk mencapai tujuan usaha. Kegiatan kerja usaha catering Miracle meliputi kegiatan belanja bahan makanan, pemasaran, membersihkan bahan makanan, memasak, mengantar dan menyiapkan peralatan catering di tempat acara serta kegiatan membersihkan peralatan catering setelah acara menjadi kegiatan yang harus dilakukan secara rutin dan tepat waktu.

### **Penerimaan dan Keuntungan**

Dalam Tabel 3 dapat dijelaskan tentang biaya produksi, penerimaan dan keuntungan usaha catering Miracle dalam setahun berdasarkan pesanan.

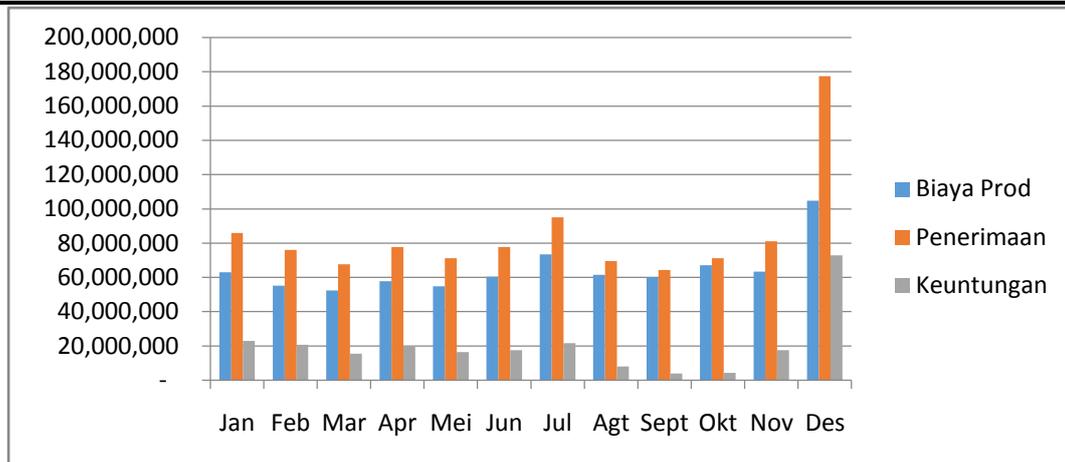
Total biaya produksi usaha catering Miracle dalam setahun sebesar Rp. 774.108.633, penerimaan usaha sebesar Rp. 1.015.000.000.- dan keuntungan yang diperoleh yaitu sebesar Rp. 240.891.367.-. Gambar 1 menggambarkan tingkat biaya produksi, penerimaan dan keuntungan usaha catering Miracle tiap bulannya dalam setahun (2015). Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa tingkat keuntungan tertinggi adalah pada bulan Desember dengan keuntungan sebesar Rp. 72.796.196. Hal ini dikarenakan pada bulan Desember bagi warga kota Manado dan Wilayah Minahasa adalah bulan syukur bagi masyarakat yang beragama Kristen yaitu Hari Raya Natal. Sehingga pada bulan Desember ini banyak warga manado yang merantau pulang mudik untuk bertemu keluarga dan membuat acara, ataupun pada bulan ini banyak keluarga yang membuat acara pesta syukuran sehingga pesanan catering meningkat yang terlihat dari tingkat jumlah penerimaan sebesar Rp. 177.500.000.

**Tabel 3. Rekapitulasi Biaya Produksi, Penerimaan dan Keuntungan Usaha Catering Miracle dalam Setahun**

No	Jenis Biaya	Biaya Produksi (Rp/Tahun)
<b>Biaya Tetap</b>		
1	Penyusutan Alat	19,579,248
2	Sewa Bangunan	10,000,000
3	Pajak Kendaraan	3,917,000
<b>Biaya Variabel</b>		
4	Pengadaan bahan makanan	600,057,985
5	Tenaga kerja	103,200,000
6	Pengadaan bahan bakar dan pelengkap lainnya	11,520,000
7	Biaya transport dan service	22,834,400
8	Biaya listrik	3,000,000
<b>Total</b>		<b>774,108,633</b>
<b>Penerimaan</b>		<b>1,015,000,000</b>
<b>Keuntungan</b>		<b>240,891,367</b>

Sumber : Data diolah 2015

Tingkat keuntungan terendah yaitu pada bulan September yaitu sebesar Rp. 3.980.496.-. Gambar 1 menunjukkan keuntungan merendah karena tingkat biaya produksi yang tinggi mendekati tingkat penerimaan usaha. Biaya Pengadaan bahan makanan sangat dipengaruhi jumlah pesanan makanan dan harga bahan makanan 1 Biaya pengadaan bahan makanan tertinggi yang dikeluarkan adalah pembelian daging yang merupakan produk utama menu masakan yang ditawarkan usaha catering Miracle. Harga bahan makanan juga mempengaruhi biaya pengadaan makanan, dimana semakin tinggi harga bahan makanan maka semakin besar biaya pengadaan bahan makanan. Biaya pembelian bahan makanan meningkat yang disebabkan beberapa harga bahan pangan terutama bahan segar seperti daging dan sayuran yang tinggi. Menurut Ibrahim (2011) menyatakan bahwa kenaikan harga produk bahan baku dapat disebabkan oleh kelangkaan penawaran dan kenaikan biaya produksi dan distribusi serta adanya sentiment pasar yang bersifat negative. Selanjutnya dikatakan bahwa biaya unsur produksi bahan baku makanan itu sangat mudah sekali mengalami kenaikan karena berbagai faktor.



**Gambar 1. Tingkat Biaya Produksi, Penerimaan dan Keuntungan Usaha Katering Setiap Bulannya (Rp)**

Sumber : Data diolah 2015

Kondisi iklim di Indonesia pada tahun 2015 sangat mempengaruhi perekonomian khususnya bidang pertanian dan peternakan. Musim panas yang panjang menyebabkan produksi pertanian dan peternakan menurun. Dalam hal bahan makanan katering seperti brokoli dan bunga kol yang dibutuhkan untuk jenis menu sayuran produksinya menurun karena merupakan jenis tanaman hortikultura yang sangat peka dipengaruhi oleh iklim terutama cuaca panas dan tidak ada hujan. Produksi pertanian yang menurun ini menyebabkan penawaran barang yang rendah menyebabkan harga bahan pangan untuk katering khususnya brokoli dan bunga kol meningkat hingga 800% dan 500%. Untuk bahan daging mengalami persentase kenaikan harga setiap beberapa bulan.

#### Analisis Ratio R/C dan Ratio B/C

Tabel 4 menunjukkan tingkat keuntungan usaha dan ratio return of cost pada usaha kuliner tersebut.

**Tabel 4. Tingkat Keuntungan Usaha Katering Miracle, R/C Ratio dan B/C Ratio**

Uraian	(Rp)
Total Penerimaan	1,015,000,000
Total Biaya Produksi	774,108,633
Keuntungan Usaha	240,891,367
Ratio R/C	1.31
Ratio B/C	0.31

Sumber : Data primer diolah

Tabel 4 dapat dijelaskan bahwa keuntungan usaha katering sebesar Rp. 240.891.367 dengan tingkat ratio R/C sebesar 1,31 atau dapat disimpulkan bahwa usaha katering tersebut tergolong layak untuk dijalankan karena nilai R/C lebih dari 1. Hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1.000 biaya produksi yang dikeluarkan pemilik usaha mampu memberi pengembalian berupa penerimaan sebesar Rp. 1.311 Artinya total penerimaan masih lebih besar dari total biaya produksi dan kegiatan usaha kuliner tersebut masih mengalami keuntungan setiap tahunnya. Demikian juga kajian ratio B/C dengan nilai sebesar 0.31 Suatu usaha dikatakan layak dan memberikan manfaat apabila nilai B/C > 0. semakin besar nilai B/C maka semakin besar pula manfaat yang akan diperoleh dari usaha tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa usaha katering ini layak/memberi manfaat dimana setiap Rp 1.000 biaya produksi yang dikeluarkan pemilik usaha katering Miracle mampu memberi manfaat sebesar Rp. 311.

## **Kebijakan Pemerintah Untuk Meningkatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Khususnya Usaha Kuliner (Katering) di Kota Manado**

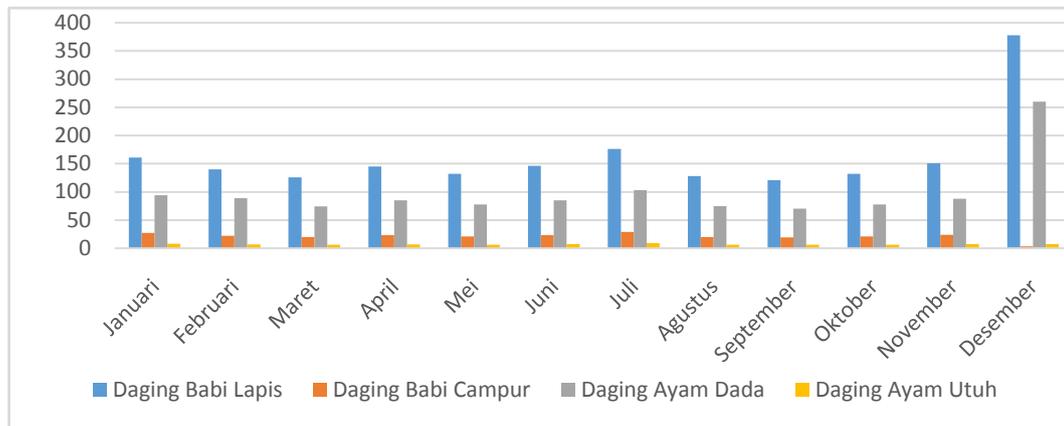
Dalam menyusun kebijakan untuk peningkatan perekonomian usaha mikro, kecil dan menengah didasari atas jumlah pendapatan yang diterima ataupun tingkat kesejahteraan pengusaha dengan pengukuran menggunakan nilai standard yang berlaku di daerah, salah satunya dengan membandingkan nilai UMR yang menjadi patokan untuk melihat kesejahteraan penduduk berdasarkan pendapatan di daerah. Pendapatan yang dihasilkan oleh usaha katering Miracle dalam setahun adalah 240,891,367 atau perbulannya Rp. 20.074.280. Bila membandingkan dengan Upah Minimum Regional (UMR) Kota Manado tahun 2015 ditetapkan sebesar Rp. 2.000.000/bulan (BKPM (2014)), maka nilai pendapatan usaha katering jauh lebih besar dari upah harian. Sehingga dapat dikatakan bahwa dengan berwirausaha kuliner katering dapat memberi pendapatan yang lebih besar dari bekerja mendapat upah. Manfaat lain dalam mengusahakan katering yaitu dapat membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Menurut Maramis (2013) bahwa tiga jenis usaha yang banyak digeluti oleh UMKM di kota Manado adalah jual pulsa, rumah makan (kuliner) dan toko/warung kelontong. Selanjutnya dikatakan bahwa banyaknya usaha kuliner di kota Manado disebabkan karena penduduk kota Manado senang kuliner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kuliner merupakan salah satu tujuan usaha UMKM di kota Manado karena melihat perilaku konsumsi, juga usaha ini masih dapat dijangkau sesuai modal yang dimiliki.

Usaha kuliner di kota Manado merupakan salah satu alternatif pilihan usaha yang dapat berupa usaha restoran besar, warung makanan, usaha pembuatan makanan dan usaha katering. Menurut Kandou (2008) penduduk etnis Minahasa (warga kota Manado) mempunyai perilaku/kebiasaan untuk berpesta dan dianggap sebagai suatu prestise sosial. Sehingga sangatlah tepat kalau dikatakan usaha kuliner tumbuh subur dan menguntungkan. Hasil analisis ekonomi usaha katering Miracle adalah gambaran usaha kecil bidang kuliner yang berhasil dan bisa menjadi percontohan bagi mereka yang berniat mendirikan usaha katering. Pemerintah Kota Manado sebaiknya dapat mengkaji khususnya permasalahan dan tantangan yang didapat dalam penelitian ini sehingga dapat merumuskan kebijakan untuk meningkatkan UMKM. Masalah yang dirangkum yaitu :

1. Harga bahan baku utama daging dan sayur yang berfluktuasi pada bulan tertentu dimana harga tinggi menyebabkan rendahnya pendapatan pengusaha katering. Pemerintah dalam hal ini perlu memikirkan strategi kebijakan harga pasar sehingga tidak menyusahakan pemilik usaha kecil dengan menekan harga (operasi pasar) ataupun subsidi. Disamping itu pemerintah dapat membantu pemilik usaha kecil dengan pemberian modal berupa pinjaman kredit lunak.
2. Kualitas dan higienisnya produk makanan. Kota Manado yang mempunyai visi menjadi kota model ekowisata dimana pemerintah perlu mengontrol produknya terutama produk kuliner. Terkenalnya produk makanan tradisional Manado perlu diimbangi dengan higienis sehingga mutu/kualitas makanan produk Manado terjamin yang pada akhirnya menunjang visi kota Manado untuk promosi kuliner khas Manado juga menuju masyarakat yang sehat. Strategi pemerintah yaitu mengontrol kesehatan produk usaha katering melalui pengawasan BPOM dan dinas kesehatan.
3. Pelatihan pengolahan kuliner khas Manado dan manajemen usaha kuliner pada pelaku usaha dan calon pelaku usaha UMKM sehingga dapat membangkitkan keinginan berwirausaha pada masyarakat.

### **Pemanfaatan Daging Babi Dan Daging Ayam**

Daging merupakan salah satu hasil ternak sumber protein hewani yang bermutu tinggi dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan asam-asam amino esensial tubuh. Daya beli konsumen yang meningkat mengakibatkan konsumen memilih daging yang bermutu, disamping kuantitas. Daging yang banyak dikonsumsi di Provinsi Sulawesi Utara adalah babi, ayam pedaging dan sapi.



**Gambar 2. Pemanfaatan Bahan Daging Babi dan Daging Ayam (kg)**

Sumber : Data diolah 2015

Data pada tahun 2015 menunjukkan bahwa produksi daging babi 20.692 ton, daging ayam 5.725 ton dan daging sapi 4.621 ton (Pusat Data dan Informasi Kementerian Pertanian, 2016). Konsumsi daging ayam di Provinsi Sulawesi Utara menempati urutan kedua setelah daging babi yang menempati urutan pertama. Pemanfaatan daging dalam usaha Miracle catering baik daging babi dan daging ayam dapat dilihat pada Gambar 2, dimana pemanfaatan daging babi mencapai 63,4 % dalam setahun atau lebih besar 26,8 % dari pada daging ayam atau rata-rata mencapai 182,29 kg per bulan. Sedangkan daging ayam mencapai 36,6 % dari total pemanfaatan daging dalam setahun dengan rata-rata pemanfaatan daging ayam per bulan mencapai 105,25 kg.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Pada bulan pesanan normal usaha catering Miracle mengalami keuntungan dan dapat disimpulkan bahwa usaha catering tersebut tergolong layak untuk dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan biaya produksi yang dikeluarkan pemilik usaha mampu memberi pengembalian berupa penerimaan yang lebih besar. Demikian juga kajian pada bulan pesanan tinggi, usaha catering Miracle mengalami keuntungan maka dapat disimpulkan bahwa usaha catering tersebut tergolong layak untuk dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan biaya produksi yang dikeluarkan pemilik usaha mampu memberi pengembalian berupa penerimaan yang lebih besar. Artinya baik pada bulan normal pesanan dan bulan tinggi pesanan total penerimaan masih lebih besar dari total biaya produksi dan kegiatan usaha catering tersebut mengalami keuntungan setiap bulannya.

### Saran

Usaha catering Miracle merupakan salah satu usaha agribisnis (*Downstream Agribusiness*) yang bergerak pada pengolahan hasil pertanian/peternakan. Kajian usaha catering Miracle yang juga merupakan usaha mikro dapat menjadi gambaran kreativitas usaha mikro yang berhasil dan menjadi contoh bagi masyarakat yang berminat terjun pada bidang ini. Untuk kemajuan usaha catering Miracle sendiri disarankan untuk tetap menjaga kualitas dan pelayanan sehingga usaha ini tetap berjalan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dupa, A.K. 2014. Perancangan Dan Pembuatan Sistem Informasi Administrasi Pada Catering Happuch. *Jurnal Infra* Vol. 2. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/teknik-informatika/article/view/1484/1339>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 1339-1346.
- Beattie, B. R dan C. R. Taylor. 1994. *Ekonomi Produksi*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Boediono. 1997. *Ekonomi Makro*. Pengantar Ilmu Ekonomi. BPFE. Yogyakarta.

- Fatmawati, S., Nurhayati. 2015. Strategi Pengembangan Ukm Melalui Peningkatan Modal Kerja Dengan Variabel Intervening Pengembangan Bisnis Pada Ukm Makanan Kecil Di Kota Semarang. *Publikasi Ilmiah*. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/6884?show=full>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 207-216.
- Ibrahim, T., 2011. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan Pada Anggrek Katering Di Kota Semarang. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Kadarsan, H.W.1995. *Keuangan Pertanian dan Pembiayaan Perusahaan Agribisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kandou, G. D. 2008. Kebiasaan Makan Makanan Etnik Minahasa di Propinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Kesehatan Masyarakat* Vol. 04 No. 1. [https://www.academia.edu/6659772/KESMAS\\_VOL\\_4\\_NO\\_1](https://www.academia.edu/6659772/KESMAS_VOL_4_NO_1). Diakses 16 Juni 2016. Hal. 42-48.
- Koswara, S. 2009. *Teknologi Praktis Pengolahan Daging*. eBookpangan.com
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3S. Jakarta.
- Moehyi, S. 1992. *Penyelenggaraan Makanan*. Institusi dan Jasa Boga. Bhratara.
- Maramis, J., 2013. Strategi Pengembangan Usaha Ekonomi Berbasis Kelurahan di Kota Manado. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, Manado. Artikel. Vol. 1. <http://joubertmaramisfebunrat.blogspot.co.id/2014/06/strategi-pengembangan-usaha-ekonomi.html>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 1.
- Masengi G. 2014. Analisis Keuntungan Usaha Rumah Makan El-Shadai di Kawasan Wisata Kuliner “Wakeke Manado”. Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi, Manado. *E-journal Universitas Sam Ratulangi*. Vol. 1. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/cocos/article/viewFile/4768/4291>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 4291-4316.
- Nirwana. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Dioma. Malang.
- Pemerintah Republik Indonesia. 1998. Undang-undang No. 99 Tahun 1998, Tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Usaha Besar Dengan Syarat Kemitraan. Jakarta.
- Prabowo, P.A. 2013. Analisis Perilaku Konsumen Jasa Katering Untuk Keperluan Pesta Di Surabaya. *Jurnal Calyptra* Vol. 2. <http://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/167/146>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 146-155
- Purwati, D. 1994. *Manajemen Katering*. Fakultas Pendidikan dan Teknologi Kejuruan. Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Yogyakarta.
- Rosyidi, Dj. 2009. Pengaruh Penambahan Limbah Udag Terfermentasi *Aspergillus Niger* Pada Pakan Terhadap Kualitas Fisik Daging Ayam Broiler. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Hasil Ternak*. Vol. 4, No. 1. [Jitek.ub.ac.id/index.php/jitek/article/download/133/130](http://jitek.ub.ac.id/index.php/jitek/article/download/133/130). Diakses 16 Juni 2016. Hal 1-10.
- Sutawi. 2002. *Manajemen Agribisnis*. Bayu Media. UMM Press. Malang.
- Sumarsono, S. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenaga Kerjaan*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarni M. dan J. Suprihanto. 2005. *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Liberty. Yogyakarta.

- Samir, A dan D. Larso 2011. Identifikasi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Katering di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Volume 10 No. 2 <http://www.sbm.itb.ac.id/wp-content/uploads/2011/08/4-alfin.pdf>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 162-185.
- Sriyani, N. L. P., N. N. A. Rasna, S. A. Lindawati dan A. A. Oka. 2015. Studi Perbandingan Kualitas Fisik Daging Babi Bali dengan Babi Landrace Persilangan yang Dipotong di Rumah Potong Hewan Tradisional. *Majalah Ilmiah Peternakan*. Vol. 18. No. 1. <http://ojs.unud.ac.id/index.php/mip/article/view/17948>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 26-29.
- Sriyana, J., 2010, Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM): Studi Kasus Di Kabupaten Bantul, paper, Simposium Nasional 2010 : Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif. *Artikel*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. <https://www.scribd.com/doc/206984637/Strategi-Pengembangan-Usaha-Kecil-Dan-Menengah>. Diakses 16 Juni 2016. Hal. 79-104.
- Tampubolon, M. 2005. *Manajemen Keuangan*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Tambunan, T. T.H. dan Musnidar.2007. Development Strategy and Overview of SMEs (Musnidar, Department of Industry, Indonesia., inAPO. Entrepreneurship Development for Competitive Smalland Medium Enterprises, Tokyo : The Asian Productivity Organisation.
- Wasis, 1993. *Perbankan Pendekatan Manajerial*. Penerbit Satya Wacana. Semarang

