



JURNAL ILMIAH  
**Ekonomi Modern dan Tradisional**

Journal website: <https://jiemt.hellowpustaka.id/index.php>

ISSN: 3063-9344 (Online)  
<https://doi.org/10.61166/jiemt.v2i1.29>

Vol. 2 No. 1 (2025)  
pp. 83-90

Research Article

## Tata Kelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Zahira Catering Lamongan

Idah Nurfajriya Awwalin

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

Correspondent: [alinfajh@gmail.com](mailto:alinfajh@gmail.com) 



Copyright © 2024 by Authors, Published by Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Okct 10, 2024  
Accepted : Feb 15, 2025

Revised : Nove 18, 2024  
Available online : Apr 01, 2025

**How to Cite:** Awwalin, I. N. (2025). Tata Kelola Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Zahira Catering Lamongan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern Dan Tradisional*, 2(1). <https://doi.org/10.61166/jiemt.v2i1.29>

### Abstrak.

Zahira Catering, sebagai salah satu contoh usaha kuliner mikro, perlu memaksimalkan potensi yang ada untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Tata kelola yang baik diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan keuangan yang lebih transparan, serta meningkatkan daya saing usaha tersebut di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan beberapa karyawan Zahira Catering, serta pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional usaha. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan di Zahira Catering Lamongan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang tata kelola yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi oleh usaha tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa rekomendasi yang dapat diajukan untuk meningkatkan tata kelola usaha di Zahira Catering Lamongan. Pertama, Zahira Catering perlu mengadopsi sistem manajemen operasional yang lebih efisien. Kedua, untuk meningkatkan kualitas layanan. Ketiga, perlu adanya prosedur yang lebih ketat dalam proses produksi. Keempat, mengembangkan strategi pemasaran.

**Kata Kunci:** Tata Kelola, UMKM, Catering, Usaha Mikro

## PENDAHULUAN

Usaha rumahan catering merupakan salah satu jenis usaha mikro yang cukup populer, terutama bagi mereka yang memiliki keterampilan dalam memasak dan ingin menghasilkan pendapatan dari rumah (Rawis & Pangemanan, 2023). Dengan modal yang relatif kecil, usaha catering rumahan dapat dimulai dengan menyediakan makanan untuk acara-acara kecil seperti ulang tahun, pernikahan, atau pertemuan bisnis. Keunggulan utama dari usaha ini adalah fleksibilitas, di mana pemilik usaha dapat mengatur waktu kerja mereka sendiri, sekaligus mengelola bisnis di lingkungan yang lebih nyaman tanpa perlu menyewa tempat usaha yang mahal (Purwatiningsih & Pamungkas, 2022).

Keuntungan utama dari usaha catering rumahan adalah biaya operasional yang rendah. Pemilik usaha tidak perlu mengeluarkan biaya sewa tempat usaha yang signifikan, karena usaha dapat dijalankan dari rumah (Lubis, 2023). Selain itu, bahan baku yang digunakan untuk membuat makanan dapat dibeli secara bertahap sesuai dengan pesanan, sehingga risiko kerugian akibat persediaan bahan makanan yang tidak terpakai dapat diminimalkan. Hal ini memungkinkan usaha catering rumahan memiliki potensi margin keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan usaha catering besar yang membutuhkan biaya operasional lebih besar (Eliya dan Suprpto, 2022).

Selain biaya operasional yang rendah, usaha catering rumahan juga memiliki keuntungan dalam hal personalisasi layanan karena bersifat rumahan dan cenderung lebih kecil skalanya, pemilik usaha catering rumahan dapat lebih mudah berinteraksi langsung dengan pelanggan (Kusnadi et al., 2024). Hal ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan menu atau layanan catering sesuai dengan preferensi atau kebutuhan khusus pelanggan, seperti diet tertentu atau tema acara. Dengan memberikan layanan yang lebih personal, usaha catering rumahan dapat membangun hubungan yang lebih dekat dan loyal dengan pelanggan (Sihotang et al., 2024).

Keuntungan lainnya adalah potensi pasar yang luas. Meskipun usaha catering rumahan biasanya dimulai dengan cakupan pasar lokal, dengan pemasaran yang tepat, usaha ini dapat berkembang dengan pesat. Penggunaan media sosial dan platform online dapat membantu memperkenalkan usaha catering kepada lebih banyak orang, meningkatkan jangkauan pasar (Tisya & Prakosa, 2021). Dalam jangka panjang, usaha rumahan ini dapat berkembang menjadi usaha catering yang lebih besar, dengan lebih banyak karyawan dan layanan yang lebih beragam.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyediakan lapangan kerja bagi mayoritas penduduk. Salah satu

sektor yang berkembang pesat dalam UMKM adalah sektor kuliner. Dalam sektor ini, banyak usaha mikro dan kecil yang dapat bertahan dan berkembang, salah satunya adalah Zahira Catering yang terletak di Lamongan. Zahira Catering adalah usaha yang bergerak dalam bidang penyediaan makanan untuk berbagai keperluan seperti acara pernikahan, pesta, dan acara perusahaan.

Namun, meskipun UMKM berperan penting dalam perekonomian, banyak usaha mikro dan kecil yang menghadapi tantangan dalam mengelola tata kelola usaha yang baik, terutama dalam hal manajemen operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. Zahira Catering, sebagai salah satu contoh usaha kuliner mikro, perlu memaksimalkan potensi yang ada untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Tata kelola yang baik diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan keuangan yang lebih transparan, serta meningkatkan daya saing usaha tersebut di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tata kelola yang diterapkan di Zahira Catering Lamongan serta tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan usaha mikro kecil tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek tata kelola usaha mikro kecil yang diterapkan di Zahira Catering Lamongan. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana manajemen operasional, pengelolaan keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, serta strategi pemasaran yang diterapkan di Zahira Catering. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh Zahira Catering dalam menerapkan tata kelola yang efektif dan efisien serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan yang dapat mendukung keberlanjutan usaha.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan yaitu riset yang dilaksanakan untuk mencari fakta yang sebenarnya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan beberapa karyawan Zahira Catering, serta pengamatan langsung terhadap kegiatan operasional usaha. Selain itu, data sekunder yang berasal dari laporan keuangan dan dokumen lainnya juga digunakan untuk mendukung analisis. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan di Zahira Catering Lamongan dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang tata kelola yang diterapkan dan tantangan yang dihadapi oleh usaha tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Faktor yang berdampak*

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan tata kelola usaha di Zahira Catering Lamongan terdapat beberapa temuan.

Manajemen operasional Zahira Catering sudah berjalan dengan cukup baik, terutama dalam hal pengaturan jadwal produksi dan distribusi makanan. Setiap pesanan makanan dikelola dengan cermat untuk memastikan bahwa waktu pengiriman dan kualitas makanan tetap terjaga (Syaipudin, 2023). Namun, terdapat beberapa tantangan dalam hal koordinasi antara bagian produksi dan distribusi, yang terkadang menyebabkan keterlambatan pengiriman dalam kondisi tertentu (Syaipudin & Luthfi, 2024).

Pengelolaan keuangan, Zahira Catering mengaku sudah mulai menerapkan sistem pencatatan yang lebih baik, meskipun masih menggunakan metode manual. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memantau arus kas secara real-time. Sebagian besar transaksi dilakukan secara tunai, dan laporan keuangan baru dibuat setelah transaksi selesai. Menurut Wahjono & Ismanto (2024), pemilik harus memiliki rencana untuk menggunakan perangkat lunak akuntansi yang lebih modern untuk mempermudah pencatatan dan pemantauan keuangan secara lebih efisien.

Pengelolaan sumber daya manusia (SDM) di Zahira Catering Lamongan menunjukkan adanya kekurangan dalam hal pelatihan dan pengembangan karyawan. Meskipun sebagian besar karyawan telah berpengalaman di bidang kuliner, namun tidak ada program pelatihan yang sistematis untuk meningkatkan keterampilan mereka, terutama dalam hal pelayanan pelanggan dan manajemen waktu. Ke depannya, Zahira Catering perlu memperhatikan pengembangan SDM untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempercepat proses produksi.

Pemasaran Zahira Catering sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Namun, strategi pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada promosi mulut ke mulut dan beberapa iklan sederhana di platform sosial media. Mereka belum memanfaatkan sepenuhnya potensi digital marketing untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan visibilitas usaha mereka. Menurut Indie & Graciafernandy (2023) Diperlukan strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan terarah, seperti penggunaan iklan berbayar di media sosial atau situs web khusus yang dapat meningkatkan jangkauan pasar.

Tantangan utama yang dihadapi Zahira Catering dalam menerapkan tata kelola yang baik adalah keterbatasan sumber daya. Sebagai usaha mikro, Zahira Catering tidak memiliki staf yang cukup untuk mengelola semua aspek usaha secara optimal. Menurut Setiyariski dkk (2021) jika usaha tidak memiliki karyawan, hal ini mengakibatkan beban kerja yang berat pada pemilik usaha dan beberapa karyawan,

yang terkadang harus menangani lebih dari satu tugas sekaligus sehingga berpotensi mengganggu kelancaran operasional dan kualitas layanan.

Meskipun Zahira Catering berhasil mengelola sebagian besar kegiatan usaha dengan baik, mereka masih menghadapi masalah dalam hal pengendalian mutu produk. Beberapa pelanggan melaporkan adanya ketidaksesuaian antara kualitas makanan yang diharapkan dengan apa yang diterima, terutama dalam acara yang melibatkan jumlah pesanan yang besar. Menurut Syaipudin (2023) jika terdapat laporan dalam hal ini menunjukkan perlunya penguatan kontrol kualitas yang lebih ketat dalam setiap tahapan produksi.

Zahira Catering Lamongan juga menghadapi kendala dalam hal persaingan pasar yang semakin ketat. Banyak usaha catering lain yang menawarkan harga lebih murah atau pelayanan yang lebih cepat. Oleh karena itu, Zahira Catering perlu meningkatkan daya saing dengan menawarkan keunikan dalam layanan, seperti variasi menu yang lebih beragam atau layanan catering yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan.

### ***Upaya Pengelolaan***

Tata kelola yang diterapkan di Zahira Catering Lamongan sudah cukup baik dalam beberapa aspek, namun masih ada ruang untuk perbaikan di berbagai bidang. Untuk meningkatkan manajemen operasional, misalnya, perlu adanya sistem yang lebih baik untuk memantau jadwal produksi dan pengiriman (Aini & Alinuddin, 2023). Hal ini dapat dicapai dengan menggunakan software manajemen produksi yang dapat mengoptimalkan waktu dan mengurangi kemungkinan kesalahan. Dalam pengelolaan keuangan, penggunaan perangkat lunak akuntansi akan sangat membantu usaha ini untuk lebih efisien dalam mencatat dan memonitor arus kas (Sofiana, 2021).

Peningkatan pelatihan untuk karyawan adalah langkah penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan mempercepat proses produksi (Syaipudin & Awwalin, 2022). Program pelatihan yang sistematis akan membantu karyawan meningkatkan keterampilan dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Dalam hal pemasaran, Zahira Catering perlu merumuskan strategi yang lebih matang dengan memanfaatkan berbagai platform digital untuk menarik lebih banyak pelanggan. Menggunakan influencer atau promosi berbasis konten kreatif juga bisa menjadi cara yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa rekomendasi yang dapat diajukan untuk meningkatkan tata kelola usaha di Zahira Catering Lamongan. Pertama, Zahira

Catering perlu mengadopsi sistem manajemen operasional yang lebih efisien dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Penggunaan software akuntansi dan manajemen produksi akan sangat membantu dalam memantau arus kas dan mengatur jadwal produksi dengan lebih baik. Kedua, untuk meningkatkan kualitas layanan, Zahira Catering disarankan untuk mengadakan pelatihan rutin bagi karyawan, terutama dalam hal keterampilan pelayanan dan manajemen waktu.

Ketiga, untuk mengatasi masalah pengendalian mutu, perlu adanya prosedur yang lebih ketat dalam proses produksi dan pemeriksaan kualitas sebelum makanan dikirim ke pelanggan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan produk yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Keempat, Zahira Catering perlu mengembangkan strategi pemasaran yang lebih terstruktur dengan memanfaatkan digital marketing dan platform media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Terakhir, untuk meningkatkan daya saing, Zahira Catering bisa menawarkan variasi produk yang lebih beragam dan berfokus pada layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

## REFERENSI

- Aini, N., & Alimuddin, F. (2023). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada Bisnis Catering Pedesaan di Leworeng Kab. Soppeng. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 132-143.
- Awwalin, I. N., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2025). Analisis Respon Publik Melalui Sosial Media Facebook terhadap Wacana Kenaikan Pajak Pasca Pilpres 2024 pada Media Pemberitaan. *AKSAYA: Jurnal Rumpun Akuntansi Publik*, 1(1), 01-08.
- Eliya, S., & Suprpto, Y. (2022). Perancangan Pemasaran Digital Pada Usaha Royal Catering. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 424-432.
- Helmy, B. J., Syaipudin, L., Harimulyono, N., & Luthfi, A. (2025). Konsep Bisnis Industri Rumah Tangga Perspektif Teori Hubungan Manusia Elton Mayo. *ALTAMKIN: Jurnal Ekonomi Berbasis Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 30-36.
- Indie, J. J., & Graciafernandy, M. A. (2023, August). EKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR PENENTU KINERJA PEMASARAN: STUDI EMPIRIS PADA UMKM CATERING DI KOTA SEMARANG. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL UNARS* (Vol. 2, No. 1, pp. 324-332).
- Kusnandi, W., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Strategi Penjualan dan Pemasaran dalam Bisnis Dagang Retail di Toko Agung Jaya Kunir Wonodadi Blitar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 1(1), 1-13.

- Lubis, L. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dalam Mengembangkan Bisnis pada Umkm Falisha Catering Medan. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(3).
- Purnama, C., Rahmah, M., & Fatmah, D. (2022). Self-efficacy, innovative work behavior and job performance in digital printing. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(1), 1-10.
- Purnama, C., Rahmah, Z. Z., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., Rahmah, Y., & Mutfarida, B. (2024). Investigasi peran temporal kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(2), 390-400.
- Purnama, R., Wahyuni, S., & Lestari, M. (2024). Pentingnya Laporan Keuangan dalam Usaha Mikro. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 8(2), 88-97.
- Purwatiningsih, A. P., & Pamungkas, I. D. (2022, July). Pemanfaatan Pemasaran Digital Melalui Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Catering Pedesaan. Seminar Nasional 2022-NBM Arts.
- Rahmah, Z. Z., Mutfarida, B., Purnama, C., Fatmah, D., Rahmah, M., Hasani, S., & Rahmah, Y. (2024). MANAJEMEN PENDAPATAN NASIONAL DAN KESEJAHTERAAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: ANALISIS KRITIS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 21(1), 32-44.
- Rawis, J. E., & Pangemanan, S. P. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Usaha Catering Miracle di Kecamatan Ranotana Weru Kota Manado. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 3672-3679.
- Setiyariski, R., Kristiutami, Y. P., Dewi, K., Handayani, R. D., & Fauzzia, W. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital bagi Usaha Kuswini Catering di Masa Pandemi Covid-19.
- Sihotang, E. T., Nita, R. A., Budiana, K. M., Yutanto, H., & Ekaningtyas, D. (2024). Pendampingan Pemasaran Digital Melalui Pemanfaatan Landing Page sebagai Media Promosi Usaha Katering. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 15(2), 238-245.
- Sofiana, S. (2021). Strategi Pemasaran Catering Dapur Titto Melalui Facebook Dan Instagram (Doctoral dissertation, STKIP PGRI BANGKALAN).
- Syaipudin, L. (2023). Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 80-98.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. (2022). Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(01), 31-42.

- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2023). Analysis Traditional Market Revitalization For Economic Improvement of Kras Market Kediri. *MAR-Ekonomi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(02), 32-41.
- Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Pengaruh Financing to Debt Ratio dan Net Profit Margin terhadap Profitabilitas Bank Muamalat Indonesia Periode 2013-2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen dan Perbankan*, 1(1), 10-21.
- Tisya, V. A., & Prakosa, A. (2021). Pelatihan Pengembangan Manajemen Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 Bagi Usaha Catering Bu Parini di Kecamatan Danurejan DIY. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 42-50.
- Wahjono, W., & Ismanto, A. C. (2024). Penggunaan Teknologi Informasi Dalam Mengakses Media Sosial Sebagai Upaya Penguatan Pemasaran Usaha Kuliner. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 19(2), 111-118.
- Wijayanti, R. (2020). Pemanfaatan Laporan Laba Rugi untuk Menilai Kinerja Keuangan UMKM. Yogyakarta: Penerbit UGM Press.
- Yuliana, R., & Handayani, M. (2021). Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Keuangan. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 5(2), 101-110.