

KEBAB BAKSO BAKAR: INOVASI KULINER KHAS KOTA MALANG MENJADI MODERN SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN KULINER BANGSA

Grilled Meatball Kebab: Innovation Typical Culinary of Malang City Becomes Modern as Conservation National Culinaries

Elvina Wulandari^{1*}, Elok Zubaidah¹

1) Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, FTP Universitas Brawijaya Malang
Jl. Veteran, Malang 65145

*Penulis Korespondensi, Email: elvinawulan@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia memiliki kuliner yang berasal dari berbagai wilayah, salah satunya Kota Malang yang memiliki kuliner khas bakso bakar. Seiring perkembangan jaman, masyarakat disibukkan dengan pekerjaan maupun pendidikan sehingga lebih menyukai makanan yang praktis dan cepat saji. Salah satu makanan cepat saji modern yang praktis dan mengandung gizi cukup lengkap adalah kebab. Oleh karena itu penulis bergagasan membuat bisnis inovasi kebab berisi nasi dengan kombinasi makanan khas Malang bakso bakar. Tujuan bisnis kuliner ini adalah melestarikan kuliner bangsa serta menginovasi makanan khas Kota Malang menjadi cepat saji, praktis, enak, bergizi, dan modern. Metode yang digunakan meliputi persiapan, pemantapan riset pasar dan formulasi produk, perancangan strategi pemasaran, serta sertifikasi produk dan analisis pangan. Hasil yang diperoleh yaitu Kebab Bakso Bakar telah turut melestarikan makanan khas Indonesia terutama Kota Malang dengan memiliki 2 outlet, 1 orang pegawai, mampu memperoleh omset sebesar Rp 5.835.000, serta tengah melakukan pendaftaran hak merek dan sertifikasi PIRT.

Kata Kunci: Bakso Bakar, Indonesia, Inovasi, Kebab, Kuliner

ABSTRACT

Indonesia has many typical culinaries from different regions, one of which Malang who has grilled meatball. As time goes by, people are preoccupied with work and education so they prefer fast foods. One of the modern fast foods that practically complete and contain sufficient nutrients is kebab. Therefore, the author has an idea to make a business of kebab innovation containing of rice with grilled meatball from Malang. The purpose are conserving typical culinaries of the nation as well as make an innovation of Malang typical food to be fast, practical, tasty, nutritious, and modern. Methods that used are preparation, stabilization of market research and product formulation, design marketing strategies, then product certification and food analysis. The results obtained are has helped conserve Indonesian food especially Malang by has 2 outlets, 1 employee, was able to obtain an income of IDR 5.835.000, then conducting trademark rights and PIRT registration.

Keywords: Grilled Meatball, Indonesia, Innovation, Kebab, Culinary

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki beragam jenis kuliner yang berasal dari berbagai wilayah. Salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki kuliner khas adalah Kota Malang. Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya, yang dikenal sebagai kota pariwisata dan kota pendidikan. Sebagai salah satu kota yang menjadi tujuan utama para wisatawan, Kota Malang memiliki makanan khas yang terkenal yaitu bakso bakar.

Bakso bakar merupakan bakso yang diolesi bumbu khusus dan dibakar langsung (tanpa arang) serta disediakan bersama potongan ketupat, kuah kaldu yang hangat, dan bumbu kacang. Rasa bakso dipengaruhi oleh bumbu, garam dan komposisi daging yang ditambahkan selama proses pembuatan. Masing-masing daging memiliki rasa yang khas, dan setiap penjual mempunyai resep yang berbeda, sehingga rasa produk akan berbeda walaupun digolongkan dalam rasa enak yang sama [1]. Berbeda dengan kota lainnya, Kota Malang memiliki bakso bakar yang dapat menarik pelanggan lokal maupun turis asing karena aroma bakar dan rasa pedas yang khas [2].

Seiring perkembangan jaman, masyarakat Indonesia saat ini tengah disibukkan dengan pekerjaan maupun pendidikan. Dimana para karyawan maupun mahasiswa tersebut tidak mempunyai banyak waktu luang, bahkan hanya untuk sarapan maupun makan siang. Masyarakat sering melupakan waktu makan terutama sarapan pagi. Dalam jangka panjang, sarapan bermanfaat untuk mencegah kegemukan yang kejadiannya semakin meningkat di Indonesia karena kebiasaan sarapan menanamkan pola makan yang baik [3]. Dalam pola makan yang tidak teratur seperti terlambat atau menunda waktu makan bahkan tidak sarapan pagi dapat membuat perut mengalami kekosongan dalam jangka waktu yang lama sehingga menyerang lambung dan menyebabkan munculnya penyakit *maag* [4]. Jika terdapat waktu luang untuk makan, masyarakat lebih memilih *fast food* ataupun *junk food* yang praktis. Pola hidup menjadi tidak sehat karena rata-rata makanan cepat saji banyak mengandung penyedap rasa, dan pengawet dengan kandungan gizi yang tidak mencukupi. Pangan lokal erat kaitannya dengan ketahanan pangan yaitu kondisi terpenuhinya kebutuhan pangan yang cukup, aman, bermutu, bergizi, beragam, dan harga terjangkau. Sebagai hak asasi manusia pangan harus terpenuhi tidak hanya dari aspek kuantitatif namun juga mencakup aspek kualitatif yang meliputi aman, bermutu, dan bergizi [5].

Diantara makanan cepat saji yang beredar, salah satu bisnis makanan modern yang praktis dan mengandung komponen gizi cukup lengkap adalah kebab. Saat ini kebab dikenal sebagai makanan khas Turki berupa daging panggang dilengkapi bawang bombay, sayur, serta bumbu lainnya yang kemudian dikemas secara praktis dalam kulit tortilla [6]. Makanan ini menjadi sangat populer dapat dilihat dari banyaknya jumlah penjual kebab di Indonesia.

Dari berbagai bisnis kuliner yang ada, masih sedikit kuliner yang mengemas makanan khas daerah menjadi makanan yang modern dan cepat saji dengan memperhatikan kandungan gizi di dalamnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di tengah kesibukan. Oleh karena itu penulis bergagasan membuat bisnis kuliner yang menginovasi makanan khas Kota Malang yaitu bakso bakar menjadi cepat saji, modern, dan praktis sebagai upaya pelestarian kuliner bangsa. Dengan demikian diharapkan tercipta kuliner cepat saji yang praktis dan bergizi sekaligus dapat turut melestarikan makanan khas Indonesia khususnya Kota Malang.

BAHAN DAN METODE

Bahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan produk Kebab Bakso Bakar antara lain bakso bakar Malang, beras, tortilla, saus, mayonnaise, margarin, rempah untuk bumbu tambahan, dan daun selada. Bakso bakar diperoleh dari supplier bakso bakar di daerah Klojen, Malang. Sementara untuk bahan-bahan lain sebagian besar diperoleh dari pasar Sawojajar, Malang.

Alat

Alat yang digunakan dalam membuat Kebab Bakso Bakar antara lain kompor, LPG 3kg, magic com, plat besi pemanggang, cetakan kebab, pisau, talenan, mangkok, piring, penjepit makanan, gunting, dan sendok.

Metode

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kewirausahaan Kebab Bakso Bakar ini meliputi persiapan, pemantapan riset pasar dan formulasi produk, perancangan strategi pemasaran, dan sertifikasi produk dan analisis pangan.

1. Persiapan

Persiapan pelaksanaan program kewirausahaan ini meliputi konsultasi dengan dosen pembimbing mengenai gagasan produk, penyusunan visi, misi dan struktur organisasi perusahaan, pembuatan logo produk, survei bahan baku dan tempat penjualan, serta pembuatan desain kemasan dan outlet Kebab Bakso Bakar.

2. Pemantapan survei pasar dan formulasi produk

Pemantapan survei pasar dilakukan dengan menentukan supplier tetap dari bahan baku yang diperlukan dan tempat-tempat yang strategis untuk dijadikan lokasi penjualan produk. Formulasi produk dilakukan dengan melakukan beberapa percobaan pembuatan produk dengan variasi jumlah bahan yang ditambahkan. Percobaan dilakukan hingga didapatkan formulasi dengan porsi yang tepat dan seimbang antara bahan-bahan yang digunakan.

3. Perancangan strategi pemasaran

Strategi pemasaran perusahaan Kebab Bakso Bakar dilakukan berdasarkan bauran pemasaran 4P, yaitu [7]:

- *Product*

Produk Kebab Bakso Bakar menggunakan bahan baku bakso bakar khas Kota Malang yang dipadukan dengan nasi, sayuran selada, saus, bumbu, dan mayonnaise. Produk disajikan dalam gulungan kulit tortilla membentuk kebab yang kemudian dipanggang. Kebab Bakso Bakar menyediakan tiga level rasa pedas yang terdiri dari biasa atau manis, pedas, dan sangat pedas. Tingkat kepedasan dipilih sebagai varian sesuai dengan selera masyarakat saat ini yang menyukai makanan pedas sehingga dapat menarik konsumen. Produk Kebab Bakso Bakar dikemas menggunakan kertas berbahan *food grade* yaitu bahan yang aman digunakan untuk kemasan pangan dengan kriteria tidak menimbulkan racun, bau atau rasa, tidak menyerap, tahan terhadap karat, tahan pencucian dan desinfeksi ulang sehingga aman bersentuhan dengan produk pangan [8]. Kemasan yang digunakan adalah kertas roti sebagai kemasan primer dan kertas *ivory* sebagai kemasan sekunder.

- *Price*

Kebab Bakso bakar menawarkan produk dengan harga yang ekonomis. Setiap varian ditawarkan dengan harga Rp 7.500. Dengan harga tersebut produk dapat bersaing dengan produk kompetitor yang tergolong menawarkan harga yang lebih tinggi dengan porsi yang hampir sama.

- *Place*

Distribusi atau penjualan produk dilakukan secara langsung pada tempat konsumen berada. Karena merupakan makanan cepat saji, maka proses produksi juga dilakukan di tempat penjualan sesuai pesanan konsumen. *Outlet* didesain semenarik mungkin dan akan ditempatkan dekat dengan mahasiswa maupun karyawan seperti universitas, sekolah, wilayah kos-kosan, maupun perkantoran.

- *Promotion*

Promosi produk dilakukan secara *offline* dan *online*. Promosi secara *offline* dengan melakukan pembagian tester sebelum penjualan produk dilakukan. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan produk dan melihat tingkat penerimaan oleh calon konsumen terhadap produk. Selanjutnya dilakukan penyebaran brosur yang menarik sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan Kebab Bakso Bakar. Secara *online*, Kebab Bakso Bakar membuat akun di media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Media sosial ini sebagai sarana untuk menginfokan lokasi penjualan Kebab Bakso Bakar serta menampung segala

kritik dan saran. Dengan pembuatan media sosial juga diharapkan semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan tertarik untuk membeli produk Kebab Bakso Bakar.

Faktor yang terdapat dalam bauran pemasaran merupakan variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan konsumen, atau akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan akan berimbas kepada loyalitas pelanggan, sehingga usaha yang dibangun akan terus bertahan dan berkembang [9].

4. Sertifikasi produk dan analisis pangan

Sertifikasi yang dilakukan meliputi paten produk dan P-IRT. Paten diperoleh dengan mendaftarkan kepada Dirjen Hak Kekayaan Intelektual, sedangkan sertifikat P-IRT diperoleh dengan mendaftarkan kepada Dinas Kesehatan. Analisis pangan dilakukan di Laboratorium Pengujian Mutu dan Keamanan Pangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Produksi

Kebab Bakso Bakar mulai siap untuk diproduksi pada tanggal 7 April 2014. Kebab Bakso Bakar merupakan makanan *fresh* sehingga proses produksi atau pembuatannya dilakukan di outlet sesuai pesanan konsumen. *Outlet* pertama Kebab Bakso Bakar terletak di kantin *Agritech Business Centre* Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya. Pangsa pasar yang dituju adalah mahasiswa dan pegawai universitas, khususnya di Fakultas Teknologi Pertanian. Penjualan dilakukan pada hari efektif kegiatan perkuliahan yaitu mulai hari Senin sampai dengan Jumat pukul 09.00-16.00. Dari awal penjualan pada *outlet* pertama ini, konsumen menunjukkan respon yang positif terhadap produk Kebab Bakso Bakar.

Pada bulan Juli Kebab Bakso Bakar membuka *outlet* kedua yang berada di luar universitas, terletak di Jalan Kerto Rahayu. Dengan dibukanya outlet kedua, pangsa pasar Kebab Bakso Bakar semakin luas karena dapat dijangkau oleh masyarakat umum. Lokasi *outlet* kedua sangat strategis karena dekat dengan wilayah kos-kosan mahasiswa. *Outlet* kedua ini dibuka setiap hari Senin sampai Jumat pukul 17.00-21.00 serta hari Sabtu pukul 10.00-21.00. Selain pada kedua outlet tersebut, penjualan Kebab Bakso Bakar juga dilakukan pada beberapa *bazaar* seperti pasar murah Universitas Brawijaya, *Dies Natalis* Fakultas Teknologi Pertanian Brawijaya, serta *Agrofair* Pertanian Brawijaya.



Gambar 1. Outlet Agritech Business Centre



Gambar 2. Outlet Kerto Rahayu

2. Pegawai

Jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan dari tahun-ketahun. Dimulai pada tahun 1980 sebesar 146.777.000 sampai pada tahun 2007 sebesar 224.904.000 jiwa. Kenaikan tersebut juga diikuti oleh kenaikan jumlah pengangguran, yang menunjukkan bahwa kenaikan jumlah penduduk tidak terserap ke lapangan pekerjaan [10]. Dengan dibukanya Kebab Bakso bakar dan berkembangnya produk ini, maka diharapkan dapat turut berpartisipasi dalam mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia.

Kebab Bakso Bakar memiliki satu orang pegawai yang bekerja sebagai pramusaji pada *outlet* pertama setiap hari Senin sampai Jumat, dan menjaga *outlet* kedua setiap hari Sabtu. Penjualan *outlet* kedua pada hari senin sampai Jumat masih dilakukan secara langsung oleh pemilik karena tidak bersamaan dengan waktu perkuliahan dan untuk meminimalkan pengeluaran. Pegawai Kebab Bakso Bakar setiap bulannya mendapatkan gaji pokok, dan setiap harinya mendapatkan bonus 5% dari penjualan yang didapatkan. Pemberian bonus bertujuan untuk memotivasi pegawai agar giat menjual produk.

3. Sertifikasi Produk dan Analisis Pangan

Merek berfungsi sebagai pembeda dari produk barang atau jasa sejenis yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Penggunaan merek selain untuk membedakan barang yang sejenis, juga digunakan untuk sebagai jaminan nilai hasil produksi khususnya mengenai kualitas suatu produk barang yang dihasilkan. Pendaftaran merek berfungsi untuk memberikan perlindungan hukum terhadap produk dan tentunya juga memberikan kepastian hukum bagi pemegang hak eksklusif terhadap merek tersebut [11]. Oleh karena itu setiap produk diwajibkan untuk mendaftarkan merek dagangnya sehingga dapat mencegah penjualan produk dengan merek yang sama oleh pihak lain. Pangan olahan yang diproduksi oleh Industri Rumah Tangga wajib memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang diterbitkan oleh Bupati atau Walikota dan kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan yang menetapkan pedoman pemberian SPP-IRT (Sertifikat Industri Rumah Tangga) [12]. Selain itu analisis pangan diperlukan untuk mengetahui komposisi gizi, adanya bahan tambahan pangan, serta kualitas produk pangan sehingga segala klaim produk dapat dipertanggung jawabkan.

Kebab Bakso Bakar tengah dalam proses mendaftarkan merek dagang kepada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (Dirjen HAKI) melalui LPPM Universitas Brawijaya dan mengumpulkan persyaratan pendaftaran sertifikasi P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Selain itu Kebab Bakso Bakar telah melakukan analisis pangan di Laboratorium Pengujian Mutu dan Keamanan Pangan Jurusan Teknologi Hasil Pertanian Universitas Brawijaya. Dari hasil analisis dapat diketahui Kebab Bakso Bakar memiliki

kandungan gizi yang cukup untuk memenuhi kebutuhan tubuh terutama saat sarapan pagi. Kandungan gizi Kebab Bakso bakar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan Kebab Bakso Bakar

No	Parameter	Hasil
1	Protein (%)	5,20
2	Lemak (%)	4,65
3	Air (%)	55,98
4	Abu (%)	1,53
5	Karbohidrat (%)	32,64

4. Penjualan

Secara keseluruhan penjualan Kebab Bakso Bakar mengalami peningkatan setiap bulannya. Pada awal usaha yaitu pada bulan April dengan satu *outlet* yang terletak di *Agritech Bussiness Centre* Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya, Kebab Bakso Bakar dapat menjual sebanyak 156 buah kebab. Kemudian jumlah penjualan ini meningkat pada bulan Mei sebanyak 8 buah menjadi 164 buah. Namun pada bulan Juni penjualan sempat mengalami penurunan menjadi 93 buah akibat adanya minggu tenang, Ujian Semester, dan bulan Juni merupakan bulan puasa. Penjualan menjadi terhambat karena masih terbatas di dalam universitas saja, sehingga sangat bergantung dengan hari efektif perkuliahan. Setelah pada bulan Juli dibuka outlet kedua, terjadi peningkatan penjualan. Pada bulan Juli ini penjualan mencapai 177 buah. Selama 5 bulan penjualan, Kebab Bakso Bakar telah menjual 778 buah kebab. Hal ini menunjukkan produk Kebab Bakso Bakar dapat diterima oleh masyarakat dan memiliki potensi untuk dikembangkan terlebih jika dilakukan perluasan jangkauan penjualan.



Gambar 3. Penjualan Kebab Bakso Bakar

5. Keuangan

Keuangan yang diperhitungkan dalam pendirian usaha Kebab Bakso Bakar meliputi analisis kelayakan usaha yang dilakukan sebelum penjualan dimulai, dan perhitungan pendapatan setelah penjualan kebab dimulai.

1. Analisis kelayakan usaha

Aspek ekonomi sangat penting artinya dalam suatu kegiatan usaha. Hal-hal yang berkaitan dengan modal, perhitungan biaya operasional, biaya peralatan, gaji karyawan, keuntungan perusahaan dan lain-lain harus diperhatikan dengan cermat [13]. Dalam

menentukan harga jual produk, dilakukan analisis kelayakan usaha terlebih dahulu sehingga dapat diketahui harga pokok produksi dan lama pengembalian modal. Modal keseluruhan yang dibutuhkan untuk mendirikan usaha Kebab Bakso Bakar adalah Rp 8.256.458. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi kebab setiap bulannya sebesar Rp 935.250. Kapasitas produksi dan penjualan kebab selama 1 bulan diperkirakan sebanyak 150 buah sehingga dapat ditentukan harga pokok produksi dimana penjualan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

- HPP = biaya produksi per bulan / penjualan per bulan
= Rp 935.250/150 buah
= Rp 6.235/buah

Setelah diketahui harga pokok produksi, Kebab Bakso Bakar menentukan harga jual produk sebesar Rp 7500.

- Pendapatan per bulan = harga jual produk x penjualan
= Rp 7.500 x 150
= Rp 1.125.000
- Laba per bulan = pendapatan per bulan – biaya produksi
= Rp 1.125.000 – Rp 935.250
= Rp 189.750
- *NET BC ratio* = pendapatan per bulan/biaya produksi per bulan
= Rp 1.125.000/Rp 935.250
= 1,20

Dengan *NET BC ratio* lebih dari 1,0 yaitu sebesar 1,20 maka usaha Kebab Bakso Bakar ini layak untuk dilaksanakan dan dikembangkan.

- Pengembalian modal = modal keseluruhan/laba per bulan
= Rp 8.256.458/Rp 189.750
= 43,5 bulan
= 3,6 tahun

Dengan menjual 150 buah kebab setiap bulannya, maka diperkirakan jangka waktu pengembalian modal yang dibutuhkan yaitu 3,6 tahun.

Tabel 2. Pengeluaran Kebab Bakso Bakar

No	Jenis Pengeluaran	Jumlah
1	Modal peralatan produksi	Rp 6.758.000
2	Modal alat kantor	Rp 278.000
3	Modal kerja	Rp 402.000
4	Modal pemasaran	Rp 223.000
5	Biaya tetap per bulan	Rp 569.000
6	Biaya habis pakai (variable) per bulan	Rp 366.250

2. Pendapatan

Pada bulan pertama penjualan yaitu bulan April diperoleh pemasukan sebesar Rp1.170.000, yang kemudian meningkat pada bulan kedua penjualan yaitu sebesar Rp1.260.000. Rata-rata pendapatan kebab bakso bakar terus meningkat setiap bulannya. Meskipun sempat mengalami penurunan sebesar Rp 562.500 akibat banyaknya hari libur universitas serta bulan puasa, namun pendapatan mulai meningkat kembali setelah dibuka *outlet* kedua. Selama 5 bulan penjualan, omset yang didapatkan Kebab Bakso Bakar mencapai Rp 5.835.000.

SIMPULAN

Kebab Bakso Bakar merupakan usaha bisnis di bidang kuliner yang mengangkat makanan khas Kota Malang yaitu bakso bakar. Usaha ini mengembangkan dan menginovasi bakso bakar ke dalam bentuk yang cepat saji, modern, serta praktis. Kebab Bakso Bakar terbuat dari bakso bakar yang ditambahkan dengan nasi, bumbu, *mayonnaise*, serta saus yang kemudian dibungkus dengan *tortilla* dan dipanggang. Adapun keunggulan

Kebab Bakso Bakar sehingga berbeda dari kebab pada umumnya antara lain menggunakan bahan dan bumbu asli dari Indonesia, merupakan makanan sehat dengan gizi yang lengkap, merupakan makanan cepat saji dan praktis, serta memiliki harga yang ekonomis.

Setelah melakukan penjualan selama 5 bulan, Kebab Bakso Bakar telah memiliki 2 buah *outlet* dengan mempekerjakan 1 orang pegawai dan telah memperoleh omset sebesar Rp 5.835.000. Kebab Bakso Bakar tengah dalam proses mendaftarkan merek dagang kepada lembaga Dirjen HAKI dan dalam proses pendaftaran sertifikasi P-IRT.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Thah, Ha Mid an S. S. Yuwono. 2014. Analisis Preferensi, Perilaku Mahasiswa dan Keamanan Pangan Terhadap Produk Bakso di Sekitar Universitas Brawijaya. *Jurnal Pangan dan Agroindustri* 2(4): 89-100
- 2) Ainun, Y. 2013. Bakso Bakar Malang Membuat Turis Ketagihan. <http://travel.kompas.com>. Tanggal akses:20/02/2015
- 3) Hardinsyah dan M. Aries. 2012. Jenis Pangan Sarapan dan Perannya dalam Asupan Gizi Harian Anak Usia 6—12 Tahun di Indonesia. *Jurnal Gizi dan Pangan* 7(2): 89-96
- 4) Fitri, Ririn. 2013. Deskripsi Pola Makan Penderita Maag Pada Mahasiswa. Skripsi. Universitas Negeri Padang. Padang
- 5) Yuliatmoko, W. 2011. Inovasi Teknologi Produk Pangan Lokal Untuk Percepatan Ketahanan Pangan. Universitas Terbuka. Tangerang
- 6) Taufiq. 2012. Kebab. <http://syanis.com>. Tanggal akses: 20/02/2015
- 7) Kurtz, D.L. 2008. Principles of Contemporary Marketing. Thomson South-Western. Ohio
- 8) Republik Indonesia. 2003. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/2003 tentang Persyaratan Teknis Industri Air Minum dalam Kemasan dan Perdagangannya
- 9) Rachmawati, Rina. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik* 2(2)
- 10) Alghofari, F. 2010. Analisis Tingkat Pengangguran di Indonesia Tahun 1980-2007. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang
- 11) Andari, Yuli Tarian. 2014. Perlindungan Hukum Terhadap Produk Lokal Melalui Penggunaan dan Pendaftaran Merek Dagang. Skripsi. Universitas Mataram. Mataram
- 12) Republik Indonesia. 2004. Peraturan Pemerintah RI. Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan
- 13) Swastawati, Fronthea. 2011. Studi Kelayakan dan Efisiensi Usaha Pengasapan Ikan dengan Asap Cair Limbah Pertanian. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan* 1:1