

LAPORAN AKHIR BISNIS

MAW SIOMAY



Disusun Oleh :

Naufal Nur Muhammad

20211068

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

MAW SIOMAY

LAPORAN AKHIR BISNIS

Laporan akhir bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Naufal Nur Muhammad

20211068

Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

2024

HALAMAN PENGESAHAN

MAW SIOMAY

HALAMAN PENGESAHAN

MAW SIOMAY



Disusun Oleh :

Naufal Nur Muhammad

20211068

Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 6 September 2024 .

Dosen Pembimbing



(Arief Darmawan, S.E., MM.)

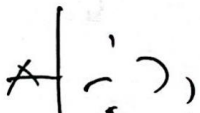
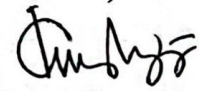
**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN
LAPORAN AKHIR BISNIS**

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Islam Indonesia

Nama : Naufal Nur Muhammad
No. Mahasiswa : 20221068
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 25 September 2024

Disahkan Oleh :

Penguji 1 : Arief Darmawan S.E., M.M ()
Penguji 2 : Khoirina Noor Anindya, S.E., M.Sc. ()

Mengetahui
Ketua Program Studi
Bisnis Digital



Arief Darmawan S.E., M.M)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Naufal Nur Muhammad

NIM : 20211068

Jurusan : Bisnis Digital

Judul : Laporan Akhir Bisnis Maw Siomay

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan akhir yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan dari pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari atau dapat dibuktikan bahwa laporan akhir ini merupakan hasil jiplakan atau mengandung unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 6...September 2024



Naufal Nur Muhammad

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya, penulisan Tugas Akhir Proyek Bisnis dengan judul “Maw Siomay” dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Sholawat serta salam senantiasa saya haturkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman yang kita harapkan akan mendapat syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam melakukan penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, saya menerima berbagai bantuan, saran, serta dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya memohon izin untuk mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penulisan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, kepada :

1. Bapak Arief Darmawan, S.E., MM., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan laporan akhir proyek bisnis ini.

2. Seluruh Dosen Program Studi Bisnis Digital yang telah memberikan ilmu dan waktu kepada saya selama menempuh perkuliahan di Universitas Islam Indonesia.
3. Keluarga saya. Ibu dan kedua kakak yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu dalam berbagai hal, khususnya dalam proyek bisnis ini.
4. Keluarga besar yang telah memberikan banyak dukungan kepada saya.
5. Teman-teman Alm. Ayah yang memberikan dukungan beasiswa selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
6. Teman-teman dekat saya, Isma, Fathin, Ihda, Diko yang kebersamai saya dari Sekolah Dasar hingga perkuliahan.
7. Teman-teman di perkuliahan yang ikut membantu dalam pengerjaan laporan akhir proyek bisnis.
8. Seluruh pihak dan pelanggan yang telah memberikan dukungan selama menjalankan proyek bisnis.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu, dan besar harapan saya, semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi saya, keluarga terdekat, teman-teman dan lingkungan masyarakat sekitar.

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Analisis Lingkungan	3
BAB II	7
DESKRIPSI BISNIS	7
2.1 Profil Bisnis	7
2.2 Model Bisnis	9
2.2.1 <i>Customer Segments</i>	9
2.2.2 <i>Value Proposition</i>	9
2.2.3 <i>Channels</i>	9
2.2.4 <i>Customer Relationship</i>	10
2.2.5 <i>Revenue Streams</i>	10
2.2.6 <i>Key Resources</i>	10
2.2.7 <i>Key Activities</i>	10
2.2.8 <i>Key Partnership</i>	11
2.2.9 <i>Cost Structure</i>	11
2.3 Aspek Operasi/Produksi	12
2.3.1 Rancangan Desain Produk.....	12
2.3.2 Fasilitas/Peralatan Produksi.....	12
2.3.3 Ketepatan Lokasi.....	13
2.3.4 Proses Produksi	13
2.3.5 Kapasitas Produksi	14
2.3.6 Alur Operasional	14
2.3.7 Tata Letak	15
2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran	15
2.5 Aspek Organisasi dan SDM	18
2.5.1 Struktur Organisasi.....	18
2.5.2 Sistem Perekrutan dan Deskripsi Kerja	18
2.5.3 Kompensasi dan Penggajian.....	19
2.6 Aspek Keuangan	20

2.7 Aspek Teknologi Digital.....	25
BAB III	27
LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS	27
3.1 Profil Bisnis	27
3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran	29
3.3 Tinjauan Aspek Operasional	34
3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)	38
3.5 Tinjauan Aspek Keuangan	40
3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital	46
BAB IV	48
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	48
4.1 Identifikasi Masalah	48
4.1.1 Aspek Pemasaran	48
4.1.2 Aspek Operasional	49
4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)	49
4.1.4 Aspek Keuangan	49
4.1.5 Aspek Teknologi Digital	50
4.2 Pemecahan Masalah	50
4.2.1 Aspek Pemasaran	51
4.2.2 Aspek Operasional	51
4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia	51
4.2.4 Aspek Keuangan	52
4.2.5 Aspek Teknologi Digital	52
BAB V	53
KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Tindak Lanjut	53
5.3 Komponen Bagian Akhir	54
1. Catatan Aktivitas Bisnis	54
2. Dokumentasi	65
3. Dokumen-Dokumen Bisnis	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Maw Siomay	12
Gambar 2.2 Tata Letak Outlet.....	15
Gambar 3.1 Promo Soft Opening.....	29
Gambar 3.2 Promosi melalui Whatsapp Pribadi	30
Gambar 3.3 Kondisi Depan outlet.....	30
Gambar 3.4 Instagram Story @mawsiomay	31
Gambar 3.5 Poster Promosi pada Kertas Karton	32
Gambar 3.6 Papan Kayu Untuk Menempel Poster	32
Gambar 3.7 Beberapa Hasil Poster Untuk promosi	33
Gambar 3.8 Foto Menu Lama dan Menu Baru	35
Gambar 3.9 Menu Baru Siomay Mix dengan Sambal Kacang	36
Gambar 3.10 Hasil Foto Menu.....	36
Gambar 3.11 Pemasangan Banner dan Banner setelah dipasang	37
Gambar 3.12 Booth Maw Siomay dan Menunya.....	38
Gambar 3.13 Titik Lokasi Maw Siomay.....	46
Gambar 3.14 QRIS Maw Siomay	47
Gambar 5.1 Siomay Dimsum dan Teh.....	65
Gambar 5.2 Outlet Maw Siomay di Awal Buka	66
Gambar 5.3 Suasana Keramaian Pengunjung	66
Gambar 5.4 Pembuatan Minuman Kopi.....	67
Gambar 5.5 Suasana Malam Hari	67
Gambar 5.6 Sertifikasi Halal.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT	6
Tabel 2.1 Jumlah Penduduk Magetan Menurut Kelompok Umur	8
Table 2.2 Business Model Canvas	11
Table 2.3 Jadwal Operasional Harian	14
Tabel 2.4 Struktur Organisasi	18
Tabel 2.5 Perkiraan Biaya Investasi.....	20
Tabel 2.6 Perkiraan Biaya Tetap.....	21
Tabel 2.7 Perkiraan Biaya Bahan Baku	21
Tabel 2.8 Perkiraan Laporan Laba Rugi dalam satu Bulan	23
Tabel 2.9 Perkiraan Laporan Neraca.....	24
Tabel 2.10 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan.....	25
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Magetan berdasarkan kelompok umur	28
Tabel 3.2 Daftar nama supplier atau toko	34
Tabel 3.3 Menu dan bahan baku	34
Tabel 3.4 Struktur Organisasi	39
Tabel 3.5 Rekap Keuangan Bulan Mei	40
Tabel 3.6 Rekap Keuangan Bulan Juni	40
Tabel 3.7 Rekap Keuangan Bulan Juli.....	41
Tabel 3.8 Rekap Keuangan Bulan Agustus.....	42
Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Mei-Agustus 2024.....	43
Tabel 3.10 Laporan Neraca Keuangan Mei-Agustus.....	44
Tabel 3.11 Laporan Arus Kas Mei-Agustus	45
Tabel 5.1 Aktivitas Bisnis Bulan Mei.....	54
Tabel 5.2 Aktivitas Bisnis Bulan Juni.....	56
Tabel 5.3 Aktivitas Bisnis Bulan Juli.....	59
Tabel 5.4 Aktivitas Bisnis Bulan Agustus	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kuliner menjadi salah satu yang menjanjikan untuk dijalankan. Peluang usaha kuliner yang cukup besar terlihat dari tingginya angka konsumsi, mengingat kebutuhan pangan merupakan kebutuhan yang akan selalu dicari oleh tiap individu. Meningkatnya jumlah penduduk dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia juga mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat (Nurbayan & Juliansyah, 2018). Terjadi perkembangan terhadap jenis makanan yang sering dikonsumsi masyarakat berupa makanan/jajanan modern. Maraknya makanan praktis dan modern membuat para pelaku usaha lebih tertarik dalam membuka usaha bisnis kuliner untuk meningkatkan perekonomian.

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan tren peningkatan minat masyarakat terhadap makanan tradisional yang diolah dengan cara modern. Menurut pernyataan Nonto (2011) pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia. Alasan rasional outlet makanan tumbuh berkembang adalah karena bisnis ini menjanjikan keuntungan yang besar. Tidak hanya di kota-kota besar, usaha kuliner juga mempunyai prospek yang menjanjikan di kota-kota kecil di Indonesia. Apalagi dengan mulai masuknya makanan-makanan dari negara asing ke Indonesia yang diadaptasi dengan tambahan rasa dan bahan lokal. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Magetan saat ini adalah dimsum.

Dimsum merupakan makanan khas dari negeri China berasal dari bahasa katon yang artinya makanan ringan yang dikukus. Pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh para imigran Tionghoa pada abad ke 7. Awal mulanya, dimsum disajikan sebagai hidangan untuk menemani teh, dan semakin populer di kalangan masyarakat China (The Healthy Belly). Dimsum biasa diisi dengan daging, ikan, ayam, udang, buah-buahan dan sayur-sayuran. Kepopuleran dimsum di Indonesia cukup luas, sangat diminati dan digemari oleh masyarakat Indonesia (Oktavianis & Gusfiana, 2023). Meskipun awalnya dimsum hanya populer di kalangan masyarakat keturunan Tionghoa di Indonesia, namun seiring berkembangnya zaman dimsum di Indonesia mengalami adaptasi dengan perubahan citarasa yang melokal. Rempah dan bumbu tradisional Indonesia ditambahkan ke dalam hidangan dimsum. Hal ini dilakukan supaya lebih sesuai dengan selera masyarakat setempat.

Dimsum terdiri dari banyak jenis, diantaranya siomay, hakau, wonton, gyoza, spring roll, dan masih banyak lagi. Salah satu dimsum yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia, adalah siomay dimsum. Selain karena cara pembuatannya yang mudah, siomay dimsum bisa diisi dengan bermacam-macam daging atau sayuran seperti wortel, udang, keju, ayam, daging dan sejenisnya. Harga pasaran siomay dimsum di Indonesia juga terjangkau, meskipun sangat bervariasi tergantung dari tempat dijualnya. Harga terendah siomay dimsum yang dijual berkisar di harga Rp 2.500 - Rp 3.000 per satuan. Hal ini menjadikan siomay dimsum menjadi makanan yang bisa dinikmati oleh semua kalangan.

Bermula dari gagasan tersebut, muncul ide untuk menghadirkan siomay dimsum dengan rasa dan kualitas yang lebih baik dibanding kompetitor yang sudah

ada. Siomay memiliki ukuran yang lebih besar, dan isian daging ayam yang lebih banyak. Memiliki rasa yang gurih, tidak amis, dan teksturnya lebih padat. Termasuk inovasi yang akan kami lakukan, menawarkan beberapa menu dengan olahan siomay dimsum di dalamnya. Yaitu menu mie goreng dengan campuran siomay dimsum, dan menu siomay dimsum dihidangkan dengan telur, tahu, dan pangsit.

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan internal dan eksternal dilakukan untuk menyusun analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis lingkungan internal didasarkan pada kondisi nyata bisnis yang akan/sedang dijalankan sedangkan analisis lingkungan eksternal dapat didasarkan pada riset pasar dan identifikasi pasar.

Lingkungan Internal

Lokasi usaha akan dijalankan di sebuah outlet beralamatkan di Jl. Timur Pasar Baru No. 2 Magetan. Dengan luas outlet berukuran 9 x 3 m, cukup untuk usaha dengan skala kecil. Berlokasi tepat di pinggir jalan raya dan di persimpangan jalan, menjadi pedang bermata dua untuk usaha Maw Siomay. Kelebihannya adalah karena di pinggir jalan raya, maka lokasi tersebut ramai, banyak orang berlalu-lalang. Namun kelemahannya, jalan raya tersebut adalah jalur satu arah yang menyebabkan orang-orang sedikit kesulitan untuk berhenti. Kelemahan lain yaitu tempat untuk parkir kecil. Adapun kondisi lingkungan sekitar berupa pertokoan, pasar, dan pusat kota.

Dengan modal terbatas dalam memulai usaha Maw Siomay, sebagian besar modal digunakan untuk biaya investasi, seperti membeli freezer, kulkas, meja, peralatan makan, peralatan masak, dan renovasi tempat. Tenaga kerja bantuan yang diperlukan sebanyak satu orang, sisanya dialokasikan untuk biaya bahan baku dan biaya operasional lainnya. Adapun outlet yang akan digunakan untuk usaha merupakan aset milik pribadi.

Lingkungan Eksternal

Makanan dimsum bisa dikonsumsi oleh semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Namun, target pasar yang kami tuju adalah orang dewasa, mulai dari usia 17 tahun keatas. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magetan pada tahun 2023, jumlah penduduk Magetan terbanyak terdapat pada kelompok umur 40 – 44 tahun dan 45 – 49 tahun. Sehingga, lebih kami fokuskan pada orang dewasa yang mempunyai daya beli yang cukup. Penduduk dengan usia dewasa menempati jumlah penduduk terbanyak di Magetan, karena pada kelompok usia 20 tahunan banyak yang merantau ke luar kota baik untuk menempuh kuliah maupun bekerja.

Menjamurnya usaha dimsum di Kabupaten Magetan menjadi sebuah indikator terjadinya kenaikan permintaan dimsum. Naiknya permintaan tersebut, bisa menjadi peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan menghadirkan produk dimsum yang sesuai dengan permintaan pasar. Berdasarkan studi kasus “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” pada Dimsum Berkah Magetan pada tahun 2022, didapatkan hasil bahwa kualitas produk

dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 79% dan 21% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, seperti harga, lokasi, promosi (Astuti & Gufron, 141).

Terdapat beberapa kompetitor usaha makanan dimsum di Magetan, diantaranya :

1) Hokke Dimsum Magetan

Hokke Dimsum merupakan usaha dengan sistem kemitraan Hokke Dimsum yang berpusat di kota Sukoharjo. Hokke Dimsum menjalankan usahanya sejak Mei 2024. Strategi utamanya yaitu dengan menggunakan *tagline* “Semua Dimsum Rp 3000”. Mereka menyediakan tempat untuk *dine-in* dan beberapa menu minuman.

2) Eat Dimsum Magetan

Berbeda dari Hokke Dimsum yang berupa kemitraan, Eat Dimsum merupakan usaha milik perorangan. Eat Dimsum lebih memfokuskan pemesanan melalui platform online, seperti *Whatsapp* dan *Instagram*. Strategi yang mereka lakukan yaitu dengan memposting testimoni banyak pelanggan di Instagram. Usaha Eat Dimsum sudah berjalan sejak tahun 2022. Sejauh ini tidak ada informasi yang menunjukkan apakah mereka menyediakan tempat untuk *dine-in* atau hanya bisa *takeaway*.

<p>Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Proses produksi mudah. ● Kualitas rasa dimsum yang lebih premium. ● Menyediakan varian matang & frozen. 	<p>Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modal awal yang kecil. ● Keterbatasan jumlah tenaga SDM. ● Dekorasi lokasi outlet yang masih kurang.
<p>Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tren permintaan dimsum yang sedang naik. ● Di sekitar lokasi usaha belum ada kompetitor sejenis. ● Regulasi untuk menjalankan usaha mudah. 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Spot lokasi outlet kurang terlihat karena banyak reklame ● Kompetitor menawarkan harga lebih murah. ● Ancaman terjadinya kenaikan harga bahan baku.

Tabel 1.1 Analisis SWOT

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

Maw Siomay merupakan usaha yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*) yang menjual dimsum dengan jenis tertentu, yaitu jenis siomay dimsum, yang menjadi nama belakang usaha ini. Kata “Maw” terinspirasi dari kata ‘*meong*’ atau ‘*miaw*’ yang berarti suara kucing. Selain itu, “Maw” juga diambil dari Bahasa Cina 猫 yang artinya kucing dan menjadi logo utama usaha ini. Maw Siomay ingin menghadirkan konsep seperti makan dengan suasana di kantin dengan menu dimsum. Produk utama yang dijual adalah siomay dimsum, dengan rasa yang lebih unik dan berukuran lebih besar. Usaha mulai berjalan pada Mei 2024 yang berlokasi di Jl. Timur Pasar Baru No. 2, Kebonagung, Magetan, Jawa Timur.

Target pasar yang menjadi tujuan Maw Siomay yaitu semua kalangan yang menyukai makanan dimsum, terutama kalangan dewasa, pekerja, dan keluarga, dari usia 17 - 50 tahun. Ditargetkan pada kalangan dewasa, karena pada usia tersebut diasumsikan memiliki daya beli yang cukup. Selain itu, kelompok penduduk terbanyak di Kabupaten Magetan yaitu kelompok usia 40 - 44 tahun dan kelompok usia 45 - 49 tahun. Keunggulan dimsum Maw Siomay dibanding dimsum yang lain yaitu rasanya lebih otentik, cenderung lebih gurih, berisi, dan ukurannya lebih besar. Dengan produk sedemikian rupa, maka cocok untuk dipasarkan di pusat kota Kabupaten Magetan.

Tabel 3.1.2
Table

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Magetan, 2023
Number of Population by Age Group and Gender in Magetan Regency, 2023

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin Gender		Jumlah Total
	Laki-laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
0 - 4	17.472	16.341	33.813
5-9	22.566	21.067	43.633
10-14	24.597	23.571	48.168
15-19	23.874	22.676	46.550
20-24	23.866	23.006	46.872
25-29	22.737	21.551	44.288
30-34	21.838	21.390	43.228
35-39	23.254	23.563	46.817
40-44	26.878	27.723	54.601
45-49	25.224	25.592	50.816
50-54	24.058	25.693	49.751
55-59	21.255	23.407	44.662
60-64	19.636	22.522	42.158
65-69	16.781	18.767	35.548
70-74	11.877	13.066	24.943
75 +	13.856	21.914	35.770
Kabupaten Magetan	339.769	351.849	691.618

Sumber/Source: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Magetan/Population and Civil Registration Agency of Magetan Regency
Catatan/Notes: Pada tahun sebelumnya sumber data merupakan Proyeksi Penduduk Interim tahun 2020 - 2023 (Pertengahan tahun/Juni) /In previous year, source of the data is the Result Projection of Smoothing Single Year of Age from Administrative Data and the 2020 Population Census (September)

Tabel 2.1 Jumlah penduduk Magetan menurut kelompok umur

Produk dimsum yang dijual merupakan dimsum yang diproduksi oleh pihak lain berbentuk setengah matang atau *frozen*. Kemudian disajikan kembali pada customer dengan cara dikukus terlebih dahulu. Hal ini menjadikan penyajian menu makanan Maw Siomay sederhana dan bisa dijalankan dengan tenaga kerja yang sedikit. Selain menu utama dimsum, Maw Siomay juga menyajikan menu siomay mix dan mie goreng. Siomay mix terdiri dari siomay dimsum, tahu, telur dan pangsit, disajikan dengan sambal. Adapun mie goreng, merupakan mie dengan topping ayam ditambah dengan pangsit goreng.

2.2 Model Bisnis

Model bisnis adalah dokumen atau strategi yang menguraikan bagaimana bisnis atau organisasi memberikan nilai kepada pelanggannya. (Landry, 2020). *Business Model Canvas* merupakan alat bantu pembuat model bisnis yang saat ini paling populer, karena mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap elemen inti dari sebuah bisnis dalam satu lembar kanvas. Terdapat sembilan elemen inti dari *Business Model Canvas*, yaitu :

2.2.1 Customer Segments

Customer / konsumen yang menjadi target utama adalah orang dewasa laki-laki dan perempuan (usia 17 tahun keatas) yang gemar dengan makanan dimsum, penyuka kuliner, dari kalangan pelajar SMA, pegawai, pekerja kantoran, dan keluarga.

2.2.2 Value Proposition

Value proposition adalah nilai yang ingin diberikan dari pemilik usaha kepada konsumen. Value yang dimiliki yaitu dimsum dengan rasa yang lebih otentik, Rasanya cenderung lebih gurih, berisi, dan ukurannya lebih besar. Selain menu utama dimsum, Maw Siomay juga menyediakan menu lain yang juga dari olahan dimsum, siomay mix dan mie goreng dimsum.

2.2.3 Channels

Cara Maw Siomay untuk menjangkau pelanggannya dengan dua metode, online dan offline. Untuk cara online menggunakan platform Instagram dan Whatsapp, sedangkan cara offline menggunakan visual media cetak, seperti poster.

2.2.4 Customer Relationship

Dalam membangun hubungan dengan pelanggan, Maw Siomay memberikan pelayanan yang ramah, komunikasi yang baik dan memberikan layanan antar pesanan gratis untuk sekitar kota Magetan. Selain itu, kami juga sangat terbuka mengenai keluhan dan masukan dari semua pelanggan.

2.2.5 Revenue Streams

Modal awal untuk menjalankan bisnis berasal dari uang pribadi. Pendapatan utama berasal dari penjualan dimsum (matang dan *frozen*) dan menu lainnya.

2.2.6 Key Resources

Aset utama yang diperlukan dalam menjalankan usaha, meliputi : dimsum dan bahan makanan lainnya, peralatan masak, tempat usaha, staff, internet, dan gawai (laptop, *smartphone*).

2.2.7 Key Activities

Aktivitas utama dari awal mula menjalankan bisnis. Mencari supplier bahan baku, membuat logo, pembuatan dimsum dan menu lain, pengelolaan bahan baku, membuat konten untuk sosmed dan promosi.

2.2.8 Key Partnership

Maw Siomay bekerja sama dengan supplier dimsum, penyedia bahan baku setempat, dan usaha printing/percetakan.

2.2.9 Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan untuk operasional usaha, meliputi : biaya bahan baku, biaya kebutuhan *packaging*, biaya listrik, air dan gas, gaji staff.

Table 2.2 Business Model Canvas

Key Partners	Key Activity	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
<ul style="list-style-type: none"> • Supplier dimsum • Penyedia bahan baku setempat 	Mencari supplier dimsum dan bahan baku menu lainnya Menyajikan dimsum Foto produk Pembuatan konten untuk promosi melalui sosial media	Dimsum dengan rasa otentik yang cenderung lebih gurih Ukuran dimsum lebih besar Menyajikan dimsum matang siap makan & <i>frozen</i>	Pelayanan yang ramah Layanan antar pesanan gratis Terbuka dengan semua krtitik dan saran	Orang dewasa dengan usia 17 tahun ++ - SMA - Pekerja kantoran - Kalangan keluarga <ul style="list-style-type: none"> • Penggemar dimsum • Penyuka kuliner • Menyukai makanan praktis
	Key Resource		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> • Dimsum dan bahan baku lainnya • Peralatan masak • Internet & gadget • Staff 		Online : Instagram Whatsapp Offline : Media cetak	

Cost Structure	Revenue Stream
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya bahan baku • Biaya <i>packaging</i> • Biaya listrik, air & gas • Gaji staff 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan produk (<i>online dan offline</i>) • Pesanan untuk acara tertentu

2.3 Aspek Operasi/Produksi

2.3.1 Rancangan Desain Produk

Rancangan desain produk mencakup logo/identitas visual, desain kemasan dari suatu produk, Rancangan *packaging*/desain produk akan menggunakan paper bowl untuk makanan dan plastik cup untuk minuman. Untuk *packaging* makanan, akan diberi stiker “Maw Siomay” sebagai bentuk branding.



Gambar 2.1 Produk Maw Siomay

2.3.2 Fasilitas/Peralatan Produksi

Aktivitas produksi Maw Siomay membutuhkan beberapa fasilitas dan peralatan sebagai berikut :

- a. Freezer
- b. Kulkas

- c. Mesin sealer cup
- d. Kompor, kukusan dimsum, dan peralatan masak
- e. *Packaging* makanan dan minuman (*plastic cup, rice bowl paper*)
- f. Peralatan makan di tempat (mangkuk, sendok, garpu, gelas)

2.3.3 Ketepatan Lokasi

Tempat operasional usaha Maw Siomay dilakukan di Jl. Timur Pasar Baru No. 2, Kebonagung, Magetan. Lokasi tersebut terletak di pusat keramaian kota Kabupaten Magetan.

2.3.4 Proses Produksi

Proses untuk produksi dimsum adalah sebagai berikut :

- a. Membeli bahan baku dimsum dari supplier.
- b. Membuka dimsum *frozen* dari kemasan plastik.
- c. Siapkan alat kukusan dimsum yang sudah diisi air bagian bawahnya.
- d. Letakkan dimsum *frozen* di dalam alat kukusan dimsum.
- e. Letakkan kukusan dimsum di atas kompor, lalu nyalakan kompor.
- f. Gunakan api kecil dalam mengukus dimsum, supaya lebih aman.
- g. Tunggu sekitar 15-20 menit, jika tekstur dimsum sudah kenyal dan tidak keras, maka dimsum siap disajikan.
- h. Matikan kompor dan tutup Kembali alat kukusan dimsum.

2.3.5 Kapasitas Produksi

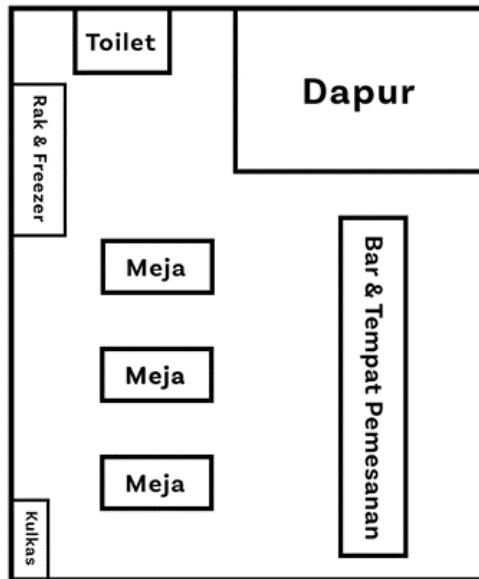
Dalam waktu satu bulan Maw Siomay bisa memproduksi siomay dimsum paling banyak 460 pcs atau sekitar 153 porsi siomay dimsum. Jumlah ini berdasarkan bahan baku yang tersedia dalam satu kali periode pembelian bahan baku.

2.3.6. Alur Operasional

Waktu	Kegiatan
11.30	Membuka outlet dan mengeluarkan bahan baku dari penyimpanan
11.30 - 12.00	Mempersiapkan bahan baku dan mengukus dimsum
12.00 - 12.30	Membersihkan outlet
12.30 - 20.50	Melayani <i>customers</i>
20.50	Memasukkan kembali bahan baku ke dalam penyimpanan
21.00	Menutup outlet

Table 2.3 Jadwal operasional harian

2.3.7 Tata Letak



Gambar 2.2 Tata letak outlet

- a. Dapur : Ruang untuk memproduksi menu makanan.
- b. Bar dan tempat pemesanan : Tempat *customers* memesan dan tempat untuk membuat minuman.
- c. Rak dan freezer : Rak untuk penyimpanan alat makan dan freezer untuk menyimpan bahan baku.
- d. Kulkas : Tempat untuk menyimpan bahan baku dan minuman.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis pasar :

Makanan dimsum merupakan makanan praktis yang sudah dikenal oleh Masyarakat Kabupaten Magetan. Ditunjukkan dengan banyaknya penjual dimsum, baik itu

yang skala kecil-kecilan hingga franchise/kemitraan. Maw Siomay mengambil peluang tersebut dengan menjual dimsum dengan kualitas premium, dan harga sedikit lebih mahal daripada competitor lain, namun masih terjangkau. Berdasarkan studi kasus “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” pada Dimsum Berkah Magetan pada tahun 2022, didapatkan hasil bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 79% dan 21% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, seperti harga, lokasi, promosi (Astuti & Gufron, 141).

Segmenting

a. Segmentasi Geografis

Masyarakat yang tinggal dan beraktivitas di Kota Magetan, khususnya di sekitar pusat kota dan Pasar Baru Magetan.

b. Segmentasi Demografis

Sasaran penjualan dari segi segmentasi demografis, dibagi menjadi :

- Pekerja setempat (PNS, pegawai, karyawan)
- Dewasa (usia 17 tahun keatas)
- Keluarga

c. Segmentasi Psikografis

Perilaku / kebiasaan yang dituju adalah orang yang mencari makanan praktis, penyuka dimsum, penggemar kuliner atau orang yang mencari tempat kuliner bersama keluarga.

Targeting

Setelah menetapkan segmen pasar yang akan dituju, Maw Siomay menargetkan pada orang dewasa mulai dari kalangan SMA, pegawai, pekerja kantoran hingga pensiunan yang menyukai makanan dimsum.

Positioning

Maw Siomay memosisikan sebagai dimsum dengan rasa otentik yang lebih gurih, berkualitas, dan ukurannya yang lebih besar.

Marketing Mix (4P)

a. Product

Produk yang ditawarkan yaitu, siomay dimsum, siomay mix dan mie goreng dimsum. Siomay mix berisi dimsum dipadukan dengan telur, tahu, dan pangsit goreng. Mie goreng dimsum merupakan mie dengan topping dimsum, dan diberi nama Mie Maw.

b. Price

Harga produk utama yang dijual sebesar Rp 15.000 berisi 3 siomay dimsum dengan rasa dan kualitas premium. Untuk dimsum *frozen* dijual seharga Rp 30.000 dengan isi 6 dimsum, dan Rp 45.000 berisi 10 dimsum. Menu lain berkisar di harga Rp 15.000 – Rp 16.000.

c. Place

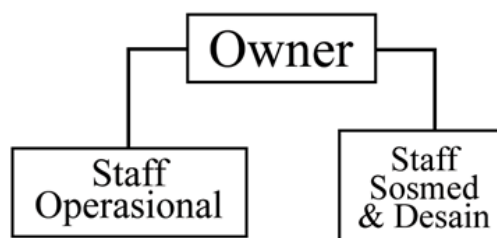
Lokasi produksi dan operasional dilakukan di pusat keramaian Kabupaten Magetan, tepatnya di Jl. Timur Pasar Baru No.2 Magetan. Memanfaatkan Lokasi yang strategis dan banyak orang berlalu-lalang, Maw Siomay melakukan pendekatan kepada *customers* melalui gambar yang menarik di banner atau poster.

d. Promotion

Promosi dilakukan melalui sosial media dan media cetak, seperti pamflet, banner dan papan promosi. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu promo diskon dan *word of mouth*.

2.5 Aspek Organisasi dan SDM

2.5.1 Struktur Organisasi



Tabel 2.4 Struktur organisasi

2.5.2 Sistem Perekrutan dan Deskripsi Kerja

Maw Siomay merupakan bisnis F&B dalam skala kecil, sehingga perekrutannya pun masih mengandalkan keluarga, kerabat dan orang-orang

terdekat. Untuk jangka Panjang diperlukan tenaga kerja untuk bagian operasional lebih banyak, dengan kualifikasi : jujur, bisa memasak, teliti, mampu bekerja dibawah tekanan dan amanah. Deskripsi kerja masing-masing sebagai berikut :

1. Owner

Owner memiliki tanggung jawab memastikan semua aktivitas bisnis berjalan dengan baik dan sesuai dengan prosedur. Owner juga memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola keuangan.

2. Bidang Operasional

Staff bidang operasional bertugas menjalankan aktivitas utama pada usaha Maw Siomay. Bertugas menjaga outlet, membuat pesanan, dan melayani konsumen. Staff bidang operasional juga bertugas untuk mendata dan melaporkan stok persediaan barang kepada owner.

3. Bidang Sosial Media & Desain

Staff bidang ini memiliki tugas utama membuat konten untuk akun Instagram, dan membuat desain visual yang dibutuhkan. Seperti poster, banner, stiker dan sejenisnya.

2.5.3 Kompensasi dan Penggajian

Dalam berjalannya usaha, Maw Siomay mempunyai 2 staff. Untuk di awal berjalannya usaha, gaji masing-masing staff untuk satu bulan yaitu sejumlah Rp

300.000 dan akan bertahap naik seiring berjalannya waktu. Sehingga jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk 2 staff sebesar Rp 600.000.

2.6 Aspek Keuangan

a. Biaya Investasi

Tabel 2.5 Perkiraan Biaya Investasi

Jenis Investasi	Jumlah
Freezer	Rp 2.525.000
Renovasi tempat	Rp 1.800.000
Meja makan	Rp 965.000
Mesin press	Rp 650.000
Meja masak & bar	Rp 600.000
Kursi	Rp 600.000
Peralatan masak	Rp 570.000
Alat makan & minum	Rp 483.000
Kulkas	Rp 400.000
Kompor	Rp 100.000
Banner usaha	Rp 97.000
Lain-lain	Rp 100.000
Total	Rp 8.890.000

b. Biaya Tetap

Tabel 2.6 Perkiraan Biaya Tetap

Jenis Biaya Tetap	Jumlah
Upah karyawan (2)	Rp 600.000
Biaya listrik, air & gas	Rp 150.000
Total	Rp 750.000

c. Biaya Bahan Baku (1 bulan)

Tabel 2.7 Perkiraan Biaya Bahan Baku

Jenis Biaya Variabel	Kuantitas	Jumlah
Siomay dimsum	460 pcs	Rp1.580.000
Mie & bumbu	50 porsi	Rp 250.000
Ayam	3 kg	Rp 120.000
Telur	4 ½ kg	Rp 117.000
Tahu	50 pcs	Rp 62.500
Gula	2 kg	Rp 37.000
Minyak goreng	2 liter	Rp 32.000
Saos sambal	2 kg	Rp 26.000
Tepung terigu	2 kg	Rp 22.000

Cabe kering	200 gr	Rp 16.000
Bawang goreng	100 gr	Rp 12.000
Bawang merah & putih	½ kg	Rp 10.000
Seledri	5 ikat	Rp 10.000
Garam	500 gr	Rp 6.000
Kecap asin	300 gr	Rp 2.500
Kaldu ayam	4 sachet	Rp 2.000
Merica	2 sachet	Rp 1.000
Kemasan	300 pcs	Rp 100.000
Total		Rp 2.406.000

d. Harga Pokok Produksi

Maw Siomay mempunyai 3 menu makanan : siomay dimsum, siomay mix, dan mie goreng dimsum, yang memiliki hitungan berbeda. Berikut perhitungan harga pokok produksinya :

Siomay Ori (siomay dimsum)

$$\begin{aligned}
 \text{HPP} &= (\text{Harga pembelian dimsum 1 kali} \div \text{banyaknya dimsum}) \times 3 + \text{packaging} \\
 &= (1.580.000 \div 460 \text{ pcs}) \times 3 + 1.000 \\
 &= (3.435 \times 3) + 1.000
 \end{aligned}$$

$$= 11.305$$

Siomay Mix

HPP = Harga 1 pcs dimsum + telur + tahu + pangsit + *packaging* + saos

$$= 3.435 + 1.600 + 1.300 + 1.000 + 1.500 + 500$$

$$= 9.335$$

Mie Maw (mie goreng dimsum)

HPP = Mie & bumbu + dimsum $\frac{3}{4}$ + pangsit + sayuran + *packaging*

$$= 5.000 + 2.577 + 1.500 + 800 + 1.000$$

$$= 10.877$$

Jadi HPP untuk tiap produk : siomay dmsum sebesar Rp 11.305, siomay mix sebesar Rp 9.335, dan mie goreng dimsum sebesar Rp 10.877.

e. Perkiraan Laba Rugi

Tabel 2.8 Perkiraan Laporan Laba Rugi dalam satu Bulan

Pendapatan		
Penjualan produk		Rp 3.575.000
	Laba kotor	Rp 3.575.000

Beban Operasional		
Bahan baku	Rp 2.406.000	
Upah karyawan	Rp 600.000	
Biaya listrik, gas dan air	Rp 150.000	
		(Rp 3.156.000)
	Laba bersih	Rp 419.000

f. Perkiraan Laporan Neraca

Tabel 2.9 Perkiraan Laporan Neraca

Nama Akun	Debit	Kredit
Kas	Rp 3.579.000	
Modal		Rp 12.050.000
Pendapatan		Rp 3.575.000
Biaya Bahan Baku	Rp 2.406.000	
Biaya Tetap	Rp 750.000	
Biaya Investasi	Rp 8.890.000	
Total	Rp 15.625.000	Rp 15.625.000

g. Perkiraan Arus Kas 3 Bulan

Tabel 2.10 Perkiraan Arus Kas 3 Bulan

Keterangan	Bulan 1	Bulan 2	Bulan 3
Modal Awal	Rp 12.050.000	Rp 3.579.000	Rp 3.998.000
Penjualan	Rp 3.575.000	Rp 3.575.000	Rp 3.575.000
Total Pendapatan	Rp 15.625.000	Rp 7.154.000	Rp 7.573.000
Biaya Tetap	Rp 750.000	Rp 750.000	Rp 750.000
Biaya Variabel	Rp 2.406.000	Rp 2.406.000	Rp 2.406.000
Biaya Investasi	Rp 8.890.000	-	-
Total Pengeluaran	Rp 12.046.000	Rp 3.156.000	Rp 3.156.000
Saldo Akhir	Rp 3.579.000	Rp 3.998.000	Rp 4.417.000

2.7 Aspek Teknologi Digital

Teknologi yang diadopsi untuk menunjang proses bisnis berupa laptop dan *smartphone*. Kedua alat tersebut digunakan untuk membantu jalannya pemasaran dan pencatatan keuangan. Membuat konsep menu, konsep foto, membuat strategi pemasaran hingga menerima pesanan dari *customers*.

Dalam menjalankan bisnisnya terdapat beberapa software / aplikasi pendukung yang digunakan seperti Adobe Photoshop, Instagram dan Whatsapp.

Adobe Photoshop sebagai aplikasi untuk membuat konsep foto, promo, branding dan hal-hal yang berhubungan dengan visual. Instagram dan Whatsapp digunakan sebagai platform untuk berinteraksi dengan *customers*, seperti membalas pertanyaan, menerima pesanan dan memasarkan produk.

Dari segi keuangan, teknologi digital yang diterapkan adalah pembayaran dengan sekali scan menggunakan *smartphone*, atau yang biasa disebut QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Teknologi ini sangat memudahkan dalam melakukan pembayaran dari bank atau *e-Wallet* manapun.

BAB III

LAPORAN PERKEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Maw Siomay merupakan usaha yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*) yang menjual dimsum dengan jenis tertentu, yaitu jenis siomay dimsum, yang menjadi nama belakang usaha ini. Kata “Maw” terinspirasi dari kata ‘*meong*’ atau ‘*miaw*’ yang berarti suara kucing. Selain itu, “Maw” juga diambil dari Bahasa Cina 猫 yang artinya kucing dan menjadi logo utama usaha ini. Maw Siomay ingin menghadirkan konsep seperti makan dengan suasana di kantin dengan menu dimsum. Produk utama yang dijual adalah siomay dimsum, dengan rasa yang lebih unik dan berukuran lebih besar. Usaha mulai berjalan pada Mei 2024 yang berlokasi di Jl. Timur Pasar Baru No. 2, Kebonagung, Magetan, Jawa Timur.

Target pasar yang menjadi tujuan Maw Siomay yaitu semua kalangan yang menyukai makanan dimsum, terutama kalangan dewasa, pekerja, dan keluarga, dari usia 17 - 50 tahun. Ditargetkan pada kalangan dewasa, karena pada usia tersebut diasumsikan memiliki daya beli yang cukup. Selain itu, kelompok penduduk terbanyak di Kabupaten Magetan yaitu kelompok usia 40 - 44 tahun dan kelompok usia 45 - 49 tahun. Keunggulan dimsum Maw Siomay dibanding dimsum yang lain yaitu rasanya lebih otentik, cenderung lebih gurih, berisi, dan ukurannya lebih besar. Dengan produk sedemikian rupa, maka cocok untuk dipasarkan di pusat kota Kabupaten Magetan.

Tabel 3.1.2
Table

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Magetan, 2023
Number of Population by Age Group and Gender in Magetan Regency, 2023

Kelompok Umur Age Groups	Jenis Kelamin Gender		Jumlah Total
	Laki-laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
0 - 4	17.472	16.341	33.813
5-9	22.566	21.067	43.633
10-14	24.597	23.571	48.168
15-19	23.874	22.676	46.550
20-24	23.866	23.006	46.872
25-29	22.737	21.551	44.288
30-34	21.838	21.390	43.228
35-39	23.254	23.563	46.817
40-44	26.878	27.723	54.601
45-49	25.224	25.592	50.816
50-54	24.058	25.693	49.751
55-59	21.255	23.407	44.662
60-64	19.636	22.522	42.158
65-69	16.781	18.767	35.548
70-74	11.877	13.066	24.943
75 +	13.856	21.914	35.770
Kabupaten Magetan	339.769	351.849	691.618

Sumber/Source: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Magetan/Population and Civil Registration Agency of Magetan Regency
Catatan/Notes: Pada tahun sebelumnya sumber data merupakan Proyeksi Penduduk Interim tahun 2020 - 2023 (Pertengahan tahun/Juni) /In previous year, source of the data is the Result Projection of Smoothing Single Year of Age from Administrative Data and the 2020 Population Census (September)

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Magetan berdasarkan kelompok umur

Produk dimsum yang dijual merupakan dimsum yang diproduksi oleh pihak lain berbentuk setengah matang atau *frozen*. Kemudian disajikan kembali pada customer dengan cara dikukus terlebih dahulu. Hal ini menjadikan penyajian menu makanan Maw Siomay sederhana dan bisa dijalankan dengan tenaga kerja yang sedikit. Selain menu utama dimsum, Maw Siomay juga menyajikan menu siomay mix dan mie goreng. Siomay mix terdiri dari siomay dimsum, tahu, telur dan pangsit, disajikan dengan sambal. Adapun mie goreng, merupakan mie dengan topping ayam ditambah dengan pangsit goreng.

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

Usaha Maw Siomay mulai beroperasi pada bulan Mei 2024. Di awal pembukaan, diadakan soft opening untuk meningkatkan awareness, dan menjangkau lebih banyak konsumen. Dibuatnya promo ini harapannya bisa menarik minat anak muda untuk datang.



Gambar 3.1 Promo Soft Opening

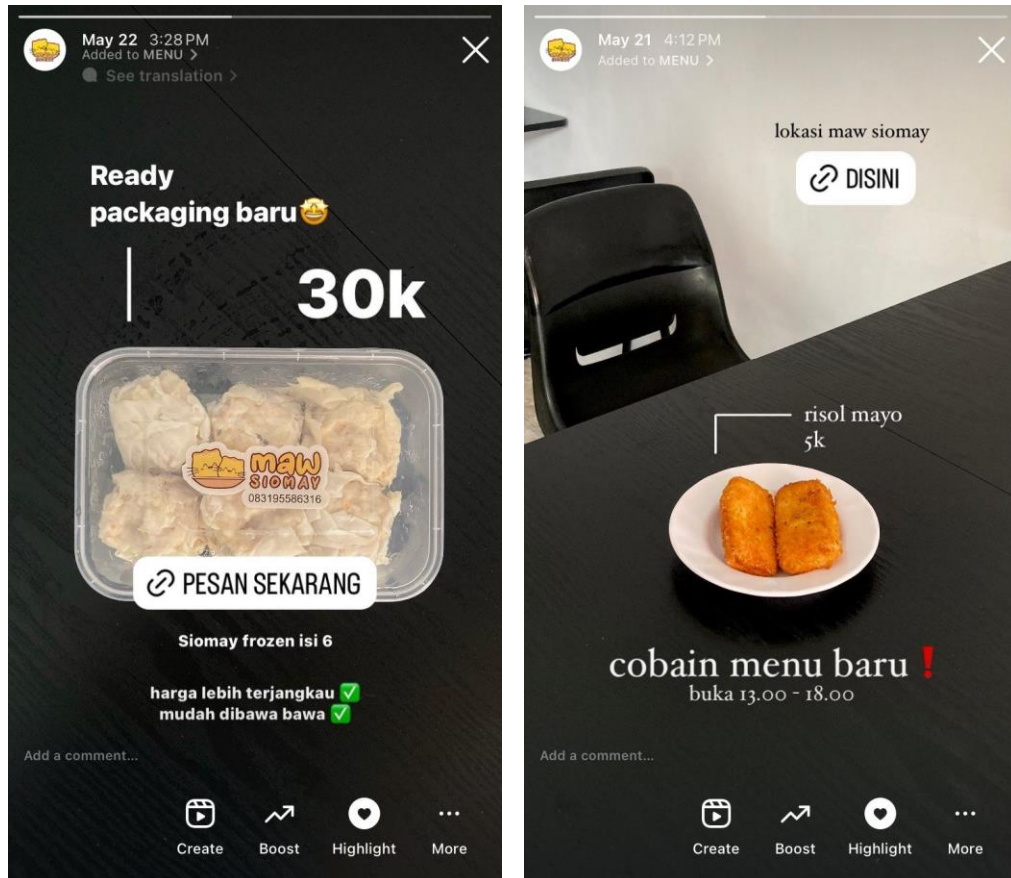
Selain menggunakan strategi promo soft opening, juga dilakukan promosi melalui whatsapp pribadi. Promosi ini bisa berjalan cukup lancar, dan bisa mengundang banyak orang di awal pembukaan outlet Maw Siomay.



Gambar 3.2 Promosi melalui whatsapp pribadi



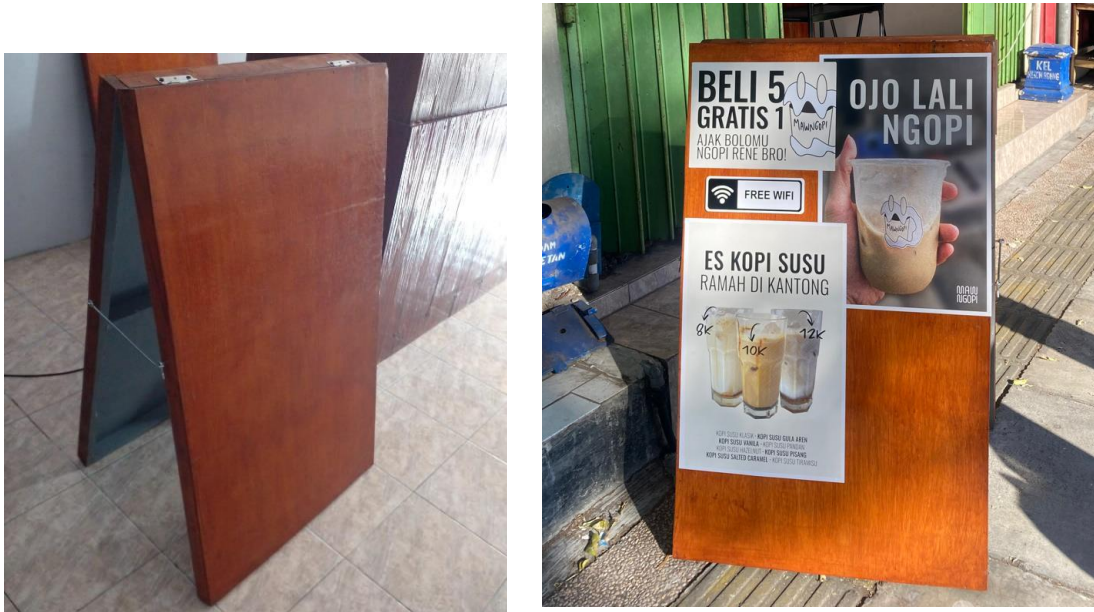
Gambar 3.3 Kondisi depan outlet



Gambar 3.4 Instagram story @mawsiomay

Pemasaran melalui platform online Instagram, sejauh ini dinilai kurang maksimal. Beberapa kali akun Instagram Maw Siomay mengunggah foto menu dengan membuat konten. Foto menu diikuti dengan copywriting ajakan membeli, namun belum bisa konsisten dalam melakukan pembuatan konten. Salah satu faktor penyebabnya, yaitu kurangnya SDM, sehingga tiap staff masih merangkap jabatan lain.

Maw Siomay menggunakan papan kayu dan kertas karton untuk menempelkan menu dan poster promo. Kertas karton bertuliskan menu diletakkan di sebelah kasir, sedangkan papan kayu untuk menempelkan poster promo diletakkan di luar sebelum pintu masuk.



Gambar 3.5 Poster promosi pada kertas karton



Gambar 3.6 Papan kayu untuk menempel poster

Pada pertengahan bulan Juli, Maw Siomay menambahkan beberapa menu makanan dan minuman, agar pengunjung tidak bosan dan bisa repeat order pada menu yang berbeda. Berikut beberapa poster promosinya :



Gambar 3.7 Beberapa hasil poster untuk promosi

3.3 Tinjauan Aspek Operasional

Bahan baku utama Maw Siomay adalah dimsum setengah matang (*frozen*) yang didapat dari salah satu supplier berlokasi di Surabaya. Dari bahan baku tersebut, bisa dibuat menjadi 3 menu yang dikombinasikan dengan bahan baku lain. Berikut bahan baku tersebut dan suppliernya :

Tabel 3.2 Daftar nama supplier atau toko

No	Nama Supplier	Bahan baku
1	Marcell	Siomay dimsum
2	Kuliner 369	Mie & bumbu, minyak
3	Toko Hiroku	Saus, kulit pangsit, cabe kering, tepung terigu, minyak goreng, bawang goreng, kecap
4	Toko Via	Telur, tepung maizena, gula
5	Pasar tradisional	Tahu, bawang merah, bawang putih, seledri, ayam potong

Tabel 3.3 Menu dan bahan baku

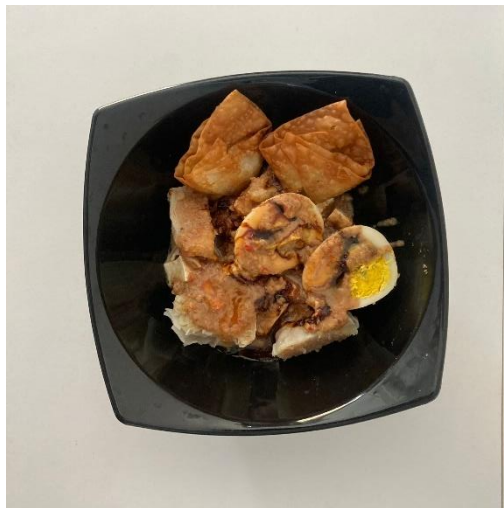
Menu	Bahan Baku
Siomay Mix	Siomay dimsum, tahu, telur, kulit pangsit, tepung, ayam suwir
Siomay Dimsum Ayam	Siomay dimsum, saus
Mie Goreng Maw	Mie & bumbu, cabe kering, kecap, bawang merah, bawang putih, seledri, bawang goreng, ayam suwir

Awal mulanya usaha berjalan, Maw Siomay memiliki 3 menu utama. Namun, suatu ketika ada sebuah masukan dari kerabat dekat, yang mempunyai pengalaman lebih di bidang F&B, untuk menambahkan produk/menu. Tujuannya adalah agar pelanggan bisa melakukan repeat order pada menu yang belum pernah dipesan sebelumnya. Setelah melalui proses brainstorming, sekitar pertengahan Juli akhirnya menu tersebut rilis. Berikut perbandingan daftar menu yang lama dan yang baru :



Gambar 3.8 Foto menu lama (kiri) dan menu baru (kanan)

Sebelumnya, penambahan menu ini terjadi karena adanya *miskomunikasi* dengan *customers*, terkait banner dan nama *brand* yang dibuat. Banyak orang mengira jika Maw Siomay menjual siomay dengan bumbu sambal kacang, bukan siomay dimsum. Dari kejadian tersebut, diadakan diskusi internal untuk membahas perubahan menu dan berhasil dikembangkan menu baru, siomay dengan bumbu sambal kacang.



Gambar 3.9 Menu baru siomay mix dengan sambal kacang



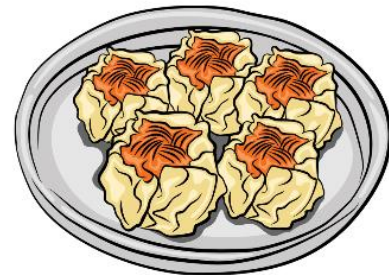
Gambar 3.10 Hasil foto menu

Karena penambahan menu tersebut, Maw Siomay memutuskan untuk mengubah banner, dari yang awalnya bertuliskan siomay dimsum kini menjadi toko kopi & siomay ayam.



Gambar 3.11 Pemasangan banner (kiri) dan banner setelah dipasang (kanan)

Pada akhir bulan Juli hingga awal Agustus, Maw Siomay membuka booth di event Festival Bamboe Magetan Djadoel. Untuk mengejar dari segi praktisnya, Maw Siomay hanya menjual dimsum dan sejumlah jajanan kecil. Event tersebut berlangsung dari tanggal 26 Juli hingga 4 Agustus 2024, dimulai dari pukul 16.00 hingga 21.00 WIB. Imbas dari mengikuti event tersebut, Maw Siomay harus mengorbankan jam buka outlet dan mengosongkan sejumlah menu makanan.



SIOMAY DIMSUM

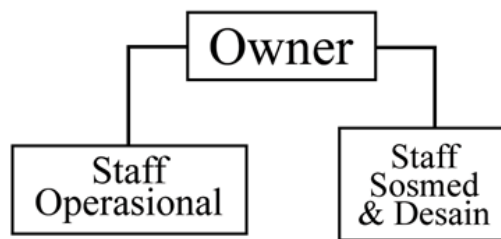
ISI 2 10K
ISI 3 15K

BOLEN		3K
LUMPIA SOSIS	(ISI 4)	5K
PANGSIT GORENG	(ISI 4)	5K

Gambar 3.12 Booth Maw Siomay dan menunya

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Struktur organisasi Maw Siomay terdapat 3 bagian, namun sebenarnya jumlah SDM yang ada hanya dua orang. Sehingga satu orang merangkap dua bagian pekerjaan yang menyebabkan hasil menjadi kurang maksimal. Kedepannya, Maw Siomay berencana untuk merekrut SDM untuk bagian operasional dan *content creator*. Berikut deskripsi pekerjaan dari struktur organisasi Maw Siomay saat ini :



Tabel 3.4 Struktur Organisasi

1. Owner

Owner memiliki tanggung jawab memastikan semua aktivitas bisnis berjalan dengan baik dan sesuai dengan prosedur. Owner juga memiliki tanggung jawab besar dalam mengelola keuangan.

2. Bidang Operasional

Staff bidang operasional bertugas menjalankan aktivitas utama pada usaha Maw Siomay. Bertugas menjaga outlet, membuat pesanan, dan melayani konsumen. Staff bidang operasional juga bertugas untuk mendata dan melaporkan stok persediaan barang kepada owner.

3. Bidang Sosial Media & Desain

Staff bidang ini memiliki tugas utama membuat konten untuk akun Instagram, dan membuat desain visual yang dibutuhkan. Seperti poster, banner, stiker dan sejenisnya.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

Pencatatan keuangan Maw Siomay dilakukan setiap hari dengan metode pencatatan sederhana. Jumlah pesanan atau menu terjual tidak terdata secara lengkap karena akan memberatkan kerja bagian operasional.

Tabel 3.5 Rekap Keuangan Bulan Mei

REKAP KEUANGAN HARIAN				
MAW SIOMAY				
20 - 31 MEI 2024				
Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
20	Modal Awal			Rp 12.050.000
20	Pembelian Peralatan		Rp 8.990.000	Rp 3.060.000
20	Pembelian Bahan Baku		Rp 2.406.000	Rp 654.000
25	Biaya Operasional		Rp 150.000	Rp 504.000
31	Bayar Gaji		Rp 400.000	Rp 104.000
31	Pendapatan	Rp 1.481.000		Rp 1.585.000
				Rp 1.585.000

Pada bulan Mei, operasional hanya dilakukan sekitar 10 hari, sehingga gaji yang diberikan untuk dua orang staff hanya sebesar Rp 400.000.

Tabel 3.6 Rekap Keuangan Bulan Juni

REKAP KEUANGAN HARIAN				
MAW SIOMAY				
30 JUNI 2024				
Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo

	Modal Awal			Rp 1.585.000
2	Pembelian Peralatan		Rp 90.000	Rp 1.495.000
3	Pembelian Bahan Baku		Rp 705.500	Rp 789.500
20	Biaya Perlengkapan		Rp 672.000	Rp 117.500
25	Biaya Operasional		Rp 150.000	(Rp 32.500)
31	Bayar Gaji		Rp 600.000	(Rp 632.500)
31	Pendapatan	Rp 3.530.000		Rp 2.897.500
				Rp 2.897.500

Pada bulan Juni, dilakukan renovasi meja bar dan pembuatan papan kayu agar penampilan menjadi lebih menarik. Papan kayu difungsikan untuk tempat menempelkan poster promo di depan pintu masuk outlet, dengan biaya sebesar Rp 672.000.

Tabel 3.7 Rekap Keuangan Bulan Juli

REKAP KEUANGAN HARIAN				
MAW SIOMAY				
31 JULI 2024				
Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
	Modal Awal			Rp 2.897.500
2	Pembelian Peralatan		Rp 51.000	Rp 2.846.500
3	Pembelian Bahan Baku		Rp 2.807.500	Rp 39.000

7	Pembelian Perlengkapan		Rp 193.000	(Rp 154.000)
25	Biaya Operasional		Rp 150.000	(Rp 304.000)
31	Bayar Gaji		Rp 600.000	(Rp 904.000)
31	Pendapatan	Rp 3.883.000		Rp 2.979.000
				Rp 2.979.000

Terjadi peningkatan penjualan pada bulan Juli, dikarenakan Maw Siomay membuka booth jualan di event Magetan Djadoel Festival Bamboe Kabupaten Magetan, di GOR Ki Mageti yang diselenggarakan mulai tanggal 26 Juli 2024 hingga 4 Agustus 2024.

Tabel 3.8 Rekap Keuangan Bulan Agustus

REKAP KEUANGAN HARIAN				
MAW SIOMAY				
31 AGUSTUS 2024				
Tanggal	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran	Saldo
	Modal Awal			Rp 2.979.000
1	Pembelian Bahan Baku		Rp 2.310.000	Rp 669.000
25	Biaya Operasional		Rp 150.000	Rp 519.000
31	Bayar Gaji		Rp 600.000	(Rp 81.000)
31	Pendapatan	Rp 2.605.500		Rp 2.524.500
				Rp 2.524.500

Penjualan pada bulan Agustus mengalami penurunan yang cukup banyak. Penyebabnya karena jam operasional outlet yang tidak sebanyak bulan-bulan

sebelumnya, dan karena pada bulan Agustus, mayoritas masyarakat Kabupaten Magetan sibuk dengan kegiatan agustusan di desa/dusunnya masing-masing.

Tabel 3.9 Laporan Laba Rugi Mei-Agustus 2024

LAPORAN LABA RUGI	
Periode : Mei - Agustus 2024	
	Jumlah
PENDAPATAN	
PENJUALAN	
Total Penjualan	Rp 11.499.500
Penjualan Bersih	Rp 11.499.500
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 8.229.000
Laba Kotor	Rp 3.270.500
BIAYA OPERASIONAL	
Gaji	Rp 2.200.000
Listrik, Air & Gas	Rp 600.000
TOTAL BIAYA OPERASIONAL	Rp 2.800.000
Laba (Rugi)	Rp 470.500

Berdasarkan hasil pencatatan laporan laba rugi diatas, Maw Siomay dalam menjalankan usahanya selama 4 bulan, terhitung dari Mei hingga Agustus 2024, mendapat keuntungan sebesar Rp 470.500. Jumlah ini tergolong kecil, mengingat margin keuntungan dari setiap produk juga sedikit.

Tabel 3.10 Laporan Neraca Keuangan Mei-Agustus

MAW SIOMAY			
LAPORAN NERACA KEUANGAN			
PERIODE MEI – AGUSTUS 2024			
AKTIVA		PASIVA	
AKTIVA LANCAR		KEWAJIBAN	
Kas	Rp 2.524.500	Hutang usaha	-
Persediaan	Rp 702.760	Total Kewajiban Lancar	-
TOTAL AKTIVA LANCAR	Rp 3.227.260		
AKTIVA TIDAK LANCAR		EKUITAS	
Aktiva Tetap		Modal	Rp 12.050.000
Peralatan	Rp 9.996.000	Laba (Rugi) berjalan	Rp 470.500
Total Aktiva Tetap	Rp 9.996.000	TOTAL MODAL	Rp 12.520.500
Akumulasi Penyusutan			
Akm. Penyusutan Peralatan	(Rp 702.760)		
TOTAL AKTIVA TIDAK LANCAR	Rp 9.293.240		
TOTAL AKTIVA	Rp 12.520.500	TOTAL PASIVA	Rp 12.520.500

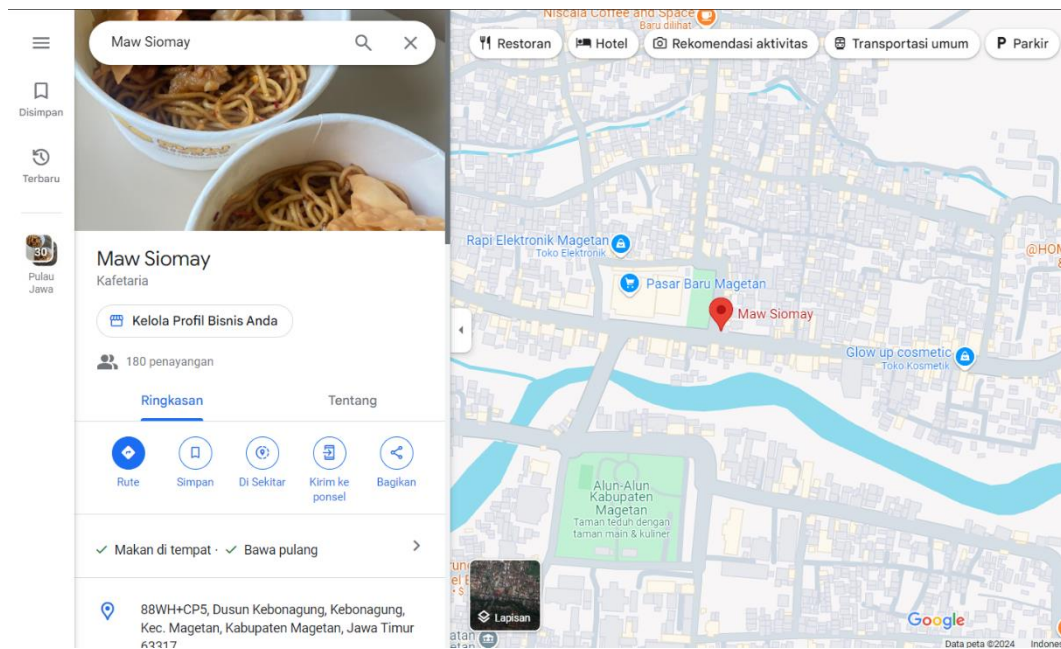
Berdasarkan laporan neraca, Maw Siomay memiliki aset sebesar Rp 12.520.000, dengan persediaan yang dimiliki sebesar Rp 702.760.

Tabel 3.11 Laporan Arus Kas Mei-Agustus

MAW SIOMAY				
LAPORAN ARUS KAS				
MEI - AGUSTUS 2024				
	MEI	JUN	JUL	AGS
ARUS KAS DALAM KEGIATAN OPERASIONAL				
KAS MASUK				
MODAL	Rp 12.050.000			
HASIL PENJUALAN	Rp 1.481.000	Rp 3.530.000	Rp 3.883.000	Rp 2.605.500
TOTAL	Rp 13.531.000	Rp 3.530.000	Rp 3.883.000	Rp 2.605.500
KAS KELUAR				
PEMBELIAN BAHAN BAKU	Rp 2.406.000	Rp 705.500	Rp 2.807.500	Rp 2.310.000
BIAYA OPERASIONAL	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
BIAYA GAJI	Rp 400.000	Rp 600.000	Rp 600.000	Rp 600.000
BIAYA PERLENGKAPAN	-	Rp 672.000	Rp 193.000	-
TOTAL	Rp 2.956.000	Rp 2.127.500	Rp 3.750.500	Rp 3.060.000
ARUS KAS BERSIH KEGIATAN OPERASIONAL	Rp 10.575.000	Rp 1.402.500	Rp 132.500	(Rp 454.500)
ARUS KAS KEGIATAN INVESTASI				
PEMBELIAN PERALATAN	Rp 8.990.000	Rp 90.000	Rp 51.000	-
ARUS KAS BERSIH KEGIATAN INVESTASI	Rp 8.990.000	Rp 90.000	Rp 51.000	-
JUMLAH ARUS KAS BERSIH	Rp 1.585.000	Rp 1.312.500	Rp 81.500	(Rp 454.500)
SALDO KAS AWAL	0	Rp 1.585.000	Rp 2.897.500	Rp 2.979.000
SALDO KAS AKHIR	Rp 1.585.000	Rp 2.897.500	Rp 2.979.000	Rp 2.524.500

Pada rekap keuangan di bulan Agustus 2024, saldo akhir yang dimiliki Maw Siomay sebesar Rp 2.524.500, sesuai dengan saldo akhir berdasarkan laporan arus kas diatas.

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi Digital



Gambar 3.13 Titik Lokasi Maw Siomay

Ketika menjalankan usaha F&B, sangat diperlukan konten atau informasi yang dapat diakses oleh calon *customers*. Informasi dapat berupa konten dari sosial media, iklan, atau ulasan pengunjung.

Salah satu hal yang perlu dilakukan oleh pengelola bisnis yaitu memasang titik Lokasi di Google Maps. Biasanya dalam melakukan penambahan titik Lokasi diperlukan 1-2 hari kerja untuk muncul. Memberikan titik Lokasi pada Google Maps juga banyak manfaatnya. Selain bisa melihat kondisi Lokasi dengan jelas, *customers* juga bisa melihat ulasan pengunjung sebelumnya.



Gambar 3.14 QRIS Maw Siomay

Dari segi pembayaran, Maw Siomay juga melakukan pembuatan QRIS. Menggunakan QRIS memang memudahkan pembayaran bagi setiap orang, namun penggunaan QRIS di masyarakat Kabupaten Magetan belum terlalu masif. Karena penggunaannya tidak terlalu sering, menyebabkan potongan dari layanan QRIS terlalu besar. Untuk setiap kali transaksi QRIS, dikenakan potongan 0,7% dan setiap *settlement* dikenai biaya Rp 3.000.

Pemanfaatan teknologi lain juga digunakan oleh Maw Siomay, seperti aplikasi desain dan editing foto menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Lightroom. Untuk pencatatan keuangan menggunakan Google Spreadsheet yang bisa diakses oleh banyak orang. Termasuk media sosial juga merupakan pemanfaatan teknologi digital. Whatsapp dan Instagram adalah dua sosial media yang selama ini digunakan oleh Maw Siomay.

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Selama menjalankan usaha, Maw Siomay menemukan beberapa permasalahan di setiap aspek. Dari setiap masalah yang muncul, diperlukan sebuah Solusi dan evaluasi untuk mengantisipasi terulangnya suatu masalah yang sama.

4.1.1 Aspek Pemasaran

Banyak dari strategi promosi atau pemasaran yang dijalankan oleh Maw Siomay berjalan kurang maksimal, kurang bisa meningkatkan awareness terhadap usaha. Beberapa promosi yang dinilai kurang maksimal :

- a. Promo *Soft Opening* : Follow Instagram gratis minuman segar. Ketika promo tersebut dijalankan, tercatat hanya satu orang yang memanfaatkan promo tersebut.
- b. Promo beli 5 gratis 1 : Promo ini dikhususkan untuk menu minuman, Dimana ketika melakukan pembelian sebanyak lima kali, maka customer berhak mendapatkan 1 minuman gratis bebas. Namun, promo tersebut kurang berhasil karena belum adanya kredibilitas produk di mata pelanggan.
- c. Promo Agustus, beli 2 cuma 17K : Promo kurang menarik minat orang untuk membeli. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari waktu promo yang kurang tepat, peletakan poster promo dan hal-hal lainnya.

4.1.2 Aspek Operasional

Terjadi cukup banyak masalah dari aspek operasional, selama usaha Maw Siomay ini berjalan. Beberapa masalah dari aspek operasional, seperti :

- a. Penyajian pesanan yang kurang cepat.
- b. Bahan baku yang belum siap di tengah jam operasional.
- c. Kurang baik dalam melakukan pengelolaan bahan baku, beberapa kali terjadi bahan baku busuk atau dimakan semut.
- d. Jam operasional tidak menentu dan belum bisa konsisten.

4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Maw Siomay selama ini hanya memiliki dua orang staff/karyawan, dan harus ada yang merangkap di posisi lain. Menyebabkan satu orang memiliki dua jobdesc yang berbeda. Tentu hal ini jika dilakukan terus menerus, akan membuat kinerja seseorang tidak maksimal, karena harus membagi focus di dua bidang yang berbeda. Terbukti, ketika operasional hanya dipegang oleh satu orang (saat Maw Siomay membuka booth di tempat lain), bahan baku kurang bisa dikelola dengan baik.

4.1.4 Aspek Keuangan

Permasalahan di aspek keuangan juga sebenarnya berkaitan dengan masalah di aspek SDM. Beberapa masalah yang dialami meliputi :

- a. Tidak lengkapnya catatan penjualan. Awalnya Maw Siomay melakukan pencatatan untuk menu yang terjual pada satu hari. Namun, menginjak bulan Juli,

staff di bagian operasional terlewat dalam melakukan pencatatan karena fokusnya terbagi di bidang lain.

b. Pricing produk yang terlalu rendah. Margin keuntungan yang diambil oleh Maw Siomay sangatlah sedikit, hanya berkisar di 30% hingga 50% pada setiap produknya. Menyebabkan Maw Siomay butuh waktu yang cukup lama agar bisa profit.

c. Bagian pencatatan yang tidak lengkap. Tidak dilakukannya pencatatan berapa stok yang masuk setelah melakukan pembelian bahan baku. Hal ini membuat Maw Siomay kesulitan untuk menghitung stok bahan baku yang tersisa.

d. Potongan biaya admin QRIS dan *settlement* dirasa terlalu mahal.

4.1.5 Aspek Teknologi Digital

Pemanfaatan teknologi digital untuk usaha F&B sangat banyak. Mulai dari pembuatan konten, berbagi ulasan di sosial media, dan sebagainya. Adapun yang menjadi permasalahan disini yaitu, kurangnya konsistensi dalam meng-*handle* sejumlah akun sosial media tersebut. Sehingga usaha terkesan sepi, tidak asik, bahkan bisa menyebabkan orang-orang tidak tertarik untuk membeli. Bahkan idealnya, akun sosial media untuk usaha F&B, setiap harinya harus melakukan update konten walaupun sesederhana memberi informasi jam buka dan tutup.

4.2 Pemecahan Masalah

Dari sejumlah permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya, ada beberapa Tindakan, baik yang sudah terlaksana maupun belum terlaksana, untuk memecahkan sejumlah masalah tersebut.

4.2.1 Aspek Pemasaran

Inti permasalahan dari aspek pemasaran, yaitu strategi promosi yang salah, strategi promosi kurang berhasil, dan strategi promosi kurang meningkatkan minat pembelian. Maka, solusinya dilakukan riset yang lebih mendalam kepada target pasar sebelum memutuskan strategi pemasaran atau promosi yang digunakan. Bisa juga berkaca dari strategi pemasaran yang sebelumnya pernah digunakan oleh competitor setempat. Solusi selanjutnya, agar lebih bisa meningkatkan brand awareness, yaitu dengan bekerja sama dengan pihak lain. Seperti menggunakan KOL atau influencer untuk mempromosikan produk.

4.2.2 Aspek Operasional

Permasalahan di bagian operasional bisa diminimalisir dengan dibuatnya SOP (Standar Operasional Prosedur) yang jelas. Permasalahan tersebut biasanya muncul karena kurangnya tanggung jawab dari staff/karyawan dalam mengerjakan jobdesc-nya. Kemudian untuk menghindari bahan baku membusuk atau dimakan oleh semut, maka yang perlu diperhatikan adalah tempat dan wadah penyimpanan. Seringkali penyimpanan menggunakan plastic biasa masih kurang aman, harus disimpan ke dalam box/container. Untuk mengatasi jam operasional yang tidak menentu, perlu dibuat jadwal buka, dengan hari libur 1-2 hari dalam seminggu.

4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia

Salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan di bidang SDM ini, dengan dilakukannya perekrutan staff baru. Tidak hanya sampai disitu, pembagian tugas antar masing-masing staff juga harus jelas, sehingga staff A bisa difokuskan untuk

bidang tertentu, staff B bisa difokuskan untuk bidang yang lain. Juga diperlukan komunikasi dan kerjasama yang baik antar tim, agar hasil pekerjaan bisa maksimal.

4.2.4 Aspek Keuangan

Masalah di bidang keuangan mencakup kesalahan pengkalkulasian harga dan tidak dilakukannya pencatatan. Maka solusinya yaitu, perbaikan system pencatatan untuk setiap kali transaksi masuk dan keluar. Berapa unit terjual atau berapa unit persediaan yang masuk. Pencatatan ini akan lebih baik jika dilakukan dengan bantuan aplikasi pada *smartphone* atau laptop. Solusi kedua, untuk permasalahan pricing yang terlalu rendah, bisa dilakukan kenaikan harga seiring berjalannya waktu, karena mempertimbangkan juga dari segi daya beli masyarakat Kabupaten Magetan yang agak rendah. Terakhir, permasalahan potongan biaya untuk layanan QRIS, terdapat dua alternatif Solusi. Bisa dengan menambahkan sekitar Rp 500 hingga Rp 1.000 di setiap transaksi QRIS, atau berpindah menggunakan metode QRIS lain yang biaya adminnya jauh lebih rendah.

4.2.5 Aspek Teknologi Digital

Agar bisa konsisten dalam melakukan update konten, perlu dilakukan brainstorming ide-ide kreatif. Bisa juga dengan melakukan trend following atau mengikuti tren yang sedang ramai di sosial media. Namun, yang terpenting sebelum membuat konten atau mengelola akun sosial media, perlu dibuat yang namanya *content planner* atau kalender konten. Content planner tersebut idealnya sudah dijadwalkan untuk satu bulan kedepan, sehingga tim sosmed tidak perlu melakukan *brainstorming* ide di setiap harinya.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Bisnis yang kami jalankan, Maw Siomay merupakan bisnis yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*). Maw Siomay mulai beroperasi dari bulan Mei 2024. Selama menjalani bisnis dalam kurang lebih 4 bulan ini, banyak pelajaran dan pengalaman baru. Per Agustus ini, Maw Siomay mampu mendapat keuntungan sebesar Rp 470.500, walaupun jumlah tersebut sangat sedikit dibanding jumlah pendapatannya. Sejauh ini, permasalahan utama ada di bagian pemasaran. Dimana strategi yang sudah dijalankan selama ini, belum bisa meningkatkan *awareness* terhadap produk yang kami jual. Akan sangat kesulitan untuk bersaing, jika Maw Siomay tidak mampu mengoptimasi akun sosial media yang dimiliki, seperti Instagram, Tiktok ataupun Whatsapp. Karena saat ini, konten menjadi senjata utama dalam berbisnis, khususnya F&B. Salah satu cara efektif yaitu dengan bekerjasama dengan influencer, content creator, atau reviewer makanan. Agar memberikan hasil yang maksimal, strategi pemasaran harus diiringi dengan peningkatan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

5.2 Tindak Lanjut

Maw Siomay merupakan usaha yang ingin dipertahankan untuk jangka panjang. Rencana kedepannya bisnis Maw Siomay ingin mempertahankan eksistensinya dengan menjual kopi dan dimsum sebagai menu utama. Harapannya,

kami bisa merangkul lebih banyak komunitas, dan bisa memberi pelayanan yang lebih baik kepada semua pelanggan. Fokus utama Maw Siomay setelah ini, yaitu melakukan promosi melalui konten atau melalui KOL. Dilanjut dengan mengubah *layout* lokasi supaya bisa menampung lebih banyak *customers*, dan membenahi menu yang ada, agar lebih sesuai dengan yang diinginkan oleh pasar.

5.3 Komponen Bagian Akhir

1. Catatan Aktivitas Bisnis

Tabel 5.1 Aktivitas Bisnis bulan Mei

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1 Mei 2024	Siang	Renovasi outlet	Tidak ada	Tidak ada	Owner
2 Mei 2024	Siang	Pembuatan QRIS	Tidak ada	Tidak ada	Owner
5 Mei 2024	Siang	Melakukan pembelian freezer	Tidak ada	Tidak ada	Owner
7 Mei 2024	Siang	Pengadaan bahan baku	Tidak ada	Tidak ada	Owner
8 Mei 2024	Siang	Melakukan testing produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner
9 Mei 2024	Siang	Melakukan pembelian meja	Tidak ada	Tidak ada	Owner
12 Mei 2024	Siang	Pengadaan kursi	Tidak ada	Tidak ada	Owner
13 Mei 2024	Siang	Riset dan pengadaan menu minuman	Tidak ada	Tidak ada	Owner
14 Mei 2024	Siang	Pengadaan alat <i>cup sealer</i>	Tidak ada	Tidak ada	Owner
15 Mei 2024	Siang	Membuat desain	Tidak ada	Tidak ada	Staff desain

		menu, banner dan pamflet			
17 Mei 2024	Siang	Pemasangan banner	Tidak ada	Tidak ada	Owner
20 Mei	Siang - Malam	<i>Soft Opening</i> : Melakukan penjualan	Terjadi kesalahan saat penyajian	Evaluasi teknis penyajian menu	Owner dan Staff Produksi / Operasional
21 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
22 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
23 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
24 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Belum ada titik Lokasi di Google Maps	Penambahan titik Lokasi Google Maps	Owner dan Staff Produksi / Operasional
25 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Promo <i>Soft Opening</i> kurang menarik konsumen	Evaluasi dan perencanaan promo mendatang	Owner dan Staff
27 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
28 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
29 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
30 Mei 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional

31 Mei 2024	Siang - Malam	Membuat konten untuk sosial media	Tidak ada	Tidak ada	Staff Desain & Sosial Media
-------------	---------------	-----------------------------------	-----------	-----------	-----------------------------

Pada bulan Mei, Maw Siomay melakukan sejumlah persiapan sebelum mulai beroperasi. Mulai dari pengadaan fasilitas dan peralatan, pencarian supplier bahan baku, dan renovasi tempat usaha. Kami juga mencetak sejumlah flyer sebagai bentuk promosi untuk soft opening di tanggal 20 – 25 Mei 2024. Di bulan pertama ini, dibuat akun Instagram untuk Maw Siomay dan diunggah beberapa foto menu.

Tabel 5.2 Aktivitas Bisnis bulan Juni

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
2 Juni 2024	Pagi	Melakukan penjualan	Penjualan di hari minggu pagi kurang maksimal	Peninjauan ulang jam buka outlet	Owner dan Staff Produksi / Operasional
5 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
6 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
7 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
8 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Jam operasional	Mengubah jam buka dari pukul 1 siang	Owner dan Staff

			dinilai kurang efektif	ke pukul 2 siang	Produksi / Operasional
10 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Terjadi kerusakan pada alat masak	Menggunakan alat masak dari rumah	Owner dan Staff Produksi / Operasional
12 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
13 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Kurangnya penerangan di depan outlet	Pemasangan lampu depan outlet	Owner dan Staff
14 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
15 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
16 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
18 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Penyajian makanan dinilai kurang cepat	Evaluasi teknis penyajian makanan	Owner dan Staff Produksi / Operasional
19 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
20 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Menu makanan dan minuman kurang bervariasi	Perencanaan menu makanan dan minuman yang baru	Owner dan Staff
21 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
22 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional

23 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Layout lokasi terlalu masuk ke dalam	Mengubah layout supaya lebih terlihat customer	Owner dan Staff Produksi / Operasional
24 Juni 2024	Siang- Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
25 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan Melakukan foto produk	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff
26 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada konsumen yang datang	Menyiapkan strategi untuk meningkatkan penjualan	Owner dan Staff Produksi / Operasional
27 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan Membuat desain menu baru	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff
28 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
29 Juni 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
30 Juni 2024	Sore	Menyiapkan pesanan untuk acara rapat	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional

Memasuki bulan kedua beroperasi, Maw Siomay mengalami peningkatan penjualan. Terdapat beberapa pesanan untuk acara tertentu. Namun, di sisi lain dari segi operasional terjadi sejumlah kendala. Akun sosial media Instagram pun pada bulan ini tidak terlalu aktif dalam mengunggah konten.

Tabel 5.3 Aktivitas Bisnis bulan Juli

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
2 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan Membuat desain poster promo	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff
3 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
4 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
5 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Terjadi kesalahan teknis saat mendaftarkan usaha ke merchant Grab	Mengulang registrasi di lain waktu	Owner dan Staff Produksi / Operasional
6 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan Menyiapkan pesanan 20 porsi	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
7 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
8 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
9 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff

		Mencetak menu dan promo baru			
10 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
11 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
12 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan <i>Launching menu baru</i>	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
13 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan <i>Membuat loyalty card</i>	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff
14 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
15 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
16 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
17 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
18 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
19 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff

		Update konten di sosial media			
20 Juli 2024	Siang - Malam	Melakukan penjualan	Pesanan cukup banyak dan beberapa bahan baku habis	Memberi penjelasan kepada customer untuk menunggu pesanan selama 10 - 15 menit	Owner dan Staff Produksi / Operasional
21 Juli 2024	Pagi	Melakukan penjualan	Tenaga kerja mengalami kelelahan karena jam kerja padat	Penyesuaian jam operasional	Owner dan Staff Produksi / Operasional
22 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
23 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
24 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Beberapa stok bahan baku dikerubungi semut	Menyimpan stok bahan baku di tempat yang lebih tertutup	Owner dan Staff Produksi / Operasional
25 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
26 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan Persiapan untuk event di GOR	Tenaga kerja terbatas	Membagi tugas untuk berjualan di dua tempat	Owner dan Staff Produksi / Operasional
27 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
28 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff

					Produksi / Operasional
29 Juli 2024	Pagi	Melakukan penjualan dan mengantar pesanan	Terjadi permasalahan pada mesin <i>cup sealer</i>	Menggunakan tutup <i>cup plastic</i> manual	Owner dan Staff Produksi / Operasional
30 Juli 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional

Penjualan terbanyak Maw Siomay terjadi pada bulan Juli. Karena pada bulan ini, tepatnya dari tanggal 26 Juli 2024, Maw Siomay membuka booth jualan di event Festival Bamboe Magetan Djadoel yang berlangsung di GOR Ki Mageti. Selain itu, pada bulan ini Maw Siomay menambahkan sejumlah menu makanan dan minuman baru.

Tabel 5.4 Aktivitas Bisnis bulan Agustus

Tanggal	Waktu	Aktivitas Bisnis	Permasalahan	Solusi	Penanggung Jawab
1 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
2 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
3 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
4 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
5 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff

					Produksi / Operasional
6 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
8 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
9 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
10 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
12 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Promo beli 5 gratis 1 kurang menarik customer	Riset dan pembuatan promo yang lebih menarik	Owner dan Staff Produksi / Operasional
14 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Program loyalty card tidak berjalan seperti yang diharapkan	Riset dan pembuatan promo yang lebih menarik	Owner dan Staff Produksi / Operasional
17 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
18 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
19 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
20 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
21 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff

					Produksi / Operasional
22 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
23 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada customers datang	Evaluasi strategi promosi dan konten agar lebih tepat sasaran	Owner dan Staff
24 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
25 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
26 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional
27 Agustus 2024	Sore - Malam	Melakukan penjualan	Tidak ada	Tidak ada	Owner dan Staff Produksi / Operasional

Pada bulan Agustus, terjadi penurunan penjualan yang cukup banyak sekitar 30% dari bulan sebelumnya. Dikarenakan jam operasional yang lebih sedikit. Selain itu, Masyarakat Kabupaten Magetan pada bulan ini cenderung sibuk dengan acara Agustusan di dusun/desanya masing-masing, dan ini berdampak ke penjual-penjual lain juga yang menjadi lebih sepi dibanding hari-hari biasanya.

2. Dokumentasi



Gambar 5.1 Siomay dimsum dan teh



Gambar 5.2 Outlet Maw Siomay di awal buka



Gambar 5.3 Suasana keramaian pengunjung



Gambar 5.5 Suasana malam hari



Gambar 5.4 Pembuatan minuman kopi

3. Dokumen-Dokumen Bisnis



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا
SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)
شهادة الحلال

Nomor Sertifikat ID35110018717540724 **رقم الشهادة**
Certificate Number

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decree to stipulating halal products of fatwa committee :
على قرار مجلس الشورى لوزارة الشؤون الدينية لإندونيسيا.
KP-SID-202407052399 Tanggal 23 Juli 2024

Jenis Produk <small>Type of Product</small>	Penyediaan makanan dan minuman dengan pengolahan	نوع المنتج
Nama Produk <small>Name of Product</small>	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha <small>Name of Company</small>	NAUFAL NUR MUHAMMAD	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha <small>Company's Address</small>	JL.JAMBU NO 11, RT/RW -, KEPOLOREJO, MAGETAN, KAB. MAGETAN, JAWA TIMUR, INDONESIA	عنوان الشركة

Diterbitkan di Jakarta pada 23 Juli 2024 **أصدرت الشهادة بجاكرتا في**
Issued in Jakarta on

telah memenuhi ketentuan perundang-undangan
Has complied with the provision of laws and regulations
قد استوفت أحكام التشريع

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال

Muhammad Aqil Irfham

Dokumen ini telah diterbitkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSEI



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat ID35110018717540724 **رقم الشهادة**
Certificate Number

Nama Pelaku Usaha <small>Name of Company</small>	NAUFAL NUR MUHAMMAD	اسم الشركة
Jenis Produk <small>Type of Product</small>	Penyediaan makanan dan minuman dengan pengolahan	نوع المنتج
Alamat Pabrik <small>Factory's Address</small>	Maw siromay JL.JAMBU NO 11, RT/RW -, KEPOLOREJO, MAGETAN KAB. MAGETAN 63362 Jawa Timur	عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Maw siromay
2	soesir galang

Hal: 1 / Total Produk: 2

Diterbitkan di Jakarta pada 23 Juli 2024 **أصدرت الشهادة بجاكرتا في**
Issued in Jakarta on

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتجات



Muhammad Aqil Irfham

Dokumen ini telah diterbitkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Badan Sertifikasi Elektronik, BSEI

Gambar 5.6 Sertifikasi halal

DAFTAR PUSTAKA

Astuti, Usna, & Muh. Gufron. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Dimsum Berkah Magetan).” *Cita Ekonomika: Jurnal Ilmu Ekonomi*, vol. 17, no. 1, 2023, p. 141. (Astuti & Gufron, 2023)

Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan. *Kabupaten Magetan Dalam Angka 2024*.

<https://magetankab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/71986dcd88a09257545ae0ea/kabupaten-magetan-dalam-angka-2024.html>.

Landry, L. (2020). *Business Model Innovation: What It Is And Why It's Important*. Northeastern University.

Nonto, A.W. *You Are What You Invest*. 2011.

Nurbayan & Hijri Juliansyah. “PENGARUH PENDAPATAN PERKAPITA, PDRB, DAN JUMLAH PENDUDUK TERHADAP TINGKAT KONSUMSI MASYARAKAT KABUPATEN ACEH TAMIANG TAHUN 2003-2016.” *Jurnal Ekonomika Indonesia*, vol. 7, no. 2, 2018, pp. 45-50.

Oktavianis & Gusfiana. “PENGARUH PEMBERIAN DIMSUM AYAM KOMBINASI TEPUNG DAUN KELOR (MORINGA OLEIFERA) TERHADAP KADAR HAEMOGLOBIN REMAJA PUTRI.” *Maternal Child Health Care*, vol. 5, no. 1, 2023, p. 882. (Landry, 2020)