LAPORAN TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS

DARI *TRADITIONAL* KE *TRENDY* : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DIMSUM DENGAN INOVASI SAUS KREATIF

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam

acc. munaqasah
9/6/26

Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E.

Oleh :

Arya Yudha Septia Permana

21423133

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Arya Yudha Septia Permana

NIM 21423133

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Tugas Akhir : **Dari *Traditional* ke *Trendy* : Strategi Pengembangan Dimsum dengan Inovasi Saus Kreatif**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 08 Juni 2026

Arya Yudha Septia Permana

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Yogyakarta, 08 Juni 2026 M

22 Zulhijjah 1447 H

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : No: 1105/Dek/60/DAATI/FIAI/XI/2025 tanggal : 17 November 2025. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara :

Nama : Arya Yudha Septia Permana

NIM : 21423133

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2025/2026

Judul Tugas Akhir : DARI TRADITIONAL KE TRENDY : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DIMSUM DENGAN INOVASI SAUS KREATIF

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing

Sofwan Hadikusuma, Lc., ME

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis:

Nama Mahasiswa : Arya Yudha Septia Permana

NIM 21423133

Judul Tugas Akhir : ***Dari Traditional ke Trendy : Strategi Pengembangan Dimsum dengan Inovasi Saus Kreatif***

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Tugas Akhir Perintisan Bisnis pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 08 Juni 2026

Sofwan Hadikusuma, Lc., ME.

HALAMAN PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Selasa
Tanggal	:	30 Juni 2026
Judul Tugas Akhir	:	Dari Traditional ke Trendy: Strategi Pengembangan Bisnis Dimsum dengan Inovasi Saus Kreatif
Nama	:	ARYA YUDHA SEPTIA PERMANA
Nomor Mahasiswa	:	21423133

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Sofwan Hadikusuma, Lc, ME (.....)

Penguji 1
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)

Penguji 2
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 30 Juni 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan,

Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini. Sholawat serta salam dipanjatkan kepada Rasulullah SAW atas segala petunjuk kebaikan yang diberikan kepada penulis dan penulis harapkan syafaatdi hari pertanggung jawaban kelak. Melalui sebuah karya yang penulis susun dengan sebaik-baiknya dan penulis persembahkan karya kepada:

Kedua Orang Tua yang telah memberikan dukungan moril maupun materi dan doa yang tidak henti untuk kesuksesan penulis, seluruh kasih sayang dan motivasi yang penuh, kebahagiaan yang tak pernah berhenti diberikan serta pengorbanan dan jerih payah yang tiada habisnya

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh dosen pengajar di Fakultas Islam Indonesia yang telah membimbing penulis dari awal perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan saat ini. Serta mengucapkan tbanyak erima kasih kepada Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc.,ME selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan memberikan arahan serta masukan kepada dalam penulisan Tugas Akhir Perintisan Bisnis hingga akhir siding saat ini. Semoga penulis dapat mengamalkan ilmu yang diberikan oleh Bapak/Ibu dosen pengajar dan akan menjadi suatu keberkahan yang mengalir kepada Bapak/Ibu dosen pengajar, Aamiin.

HALAMAN MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan".
(Q.S Al-Insyirah: 6)

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya."
(HR. Ahmad)

"Sembilu yang dulu, biarlah berlalu. Bekerja bersama hati"
(Fourtwenty-Zona Nyaman)

"Tidak ada kegagalan yang mutlak. Keduanya hanyalah rasa yang bergantian mendewasakan kita"
(Filosofi Kopi)

ABSTRAK

DARI TRADITIONAL KE TRENDY : STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DIMSUM DENGAN INOVASI SAUS KREATIF

Arya Yudha Septia Permana

21423133

Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi perintisan bisnis kuliner inovatif "Dimsauce" di Yogyakarta, menguji ketepatan kalkulasi HPP menggunakan metode *cost-plus pricing*, mengukur tingkat profitabilitas operasional, serta kepatuhan usaha terhadap prinsip ekonomi Islam. Dimsauce beroperasi secara daring dengan model bisnis membeli bahan baku dimsum *frozen food* yang memanfaatkan sistem prapesan (*pre-order*) dan prinsip JIT guna meminimalkan risiko penumpukan stok

Metode penulisan dalam pengumpulan data menggunakan survei deskriptif kuantitatif melalui penyebaran kuesioner digital (*Google Form*). Survei ini bertujuan untuk membaca preferensi konsumen, menguji potensi pasar, dan menentukan harga jual yang diinginkan konsumen sebelum produk resmi diluncurkan. Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif akuntansi keuangan. Data penjualan harian yang dikumpulkan selama masa berjualan diolah menjadi laporan keuangan baku.

Hasil analisis keuangan menunjukkan keunikan biaya pada masing-masing varian produk karena adanya perbedaan bahan baku saus *homemade*. Nilai HPP terkecil tercatat pada varian Original sebesar Rp10.054, varian Hot Lava (Rp10.654), Bolognese (Rp10.729), Mentai (Rp11.244), dan Carbonara (Rp11.949). Kemudian, penetapan harga jual sebesar Rp12.000 untuk varian Original dan Rp15.000 untuk seluruh varian saus premium, Dimsauce membukukan rata-rata margin keuntungan bersih yang sehat sebesar 24,13% dari akumulasi harga jual gabungan Rp14.400 terhadap rata-rata HPP Rp10.926 per porsi. Rintisan ini mencapai titik impas sejak bulan pertama bisnis berjalan. Berdasarkan pandangan Ekonomi Islam, operasional Dimsauce telah menerapkan nilai-nilai syariah melalui asas keadilan, akad salam, dan pemenuhan jaminan kehalalan dan kethayyiban produk.

Kata Kunci: Perintisan Bisnis, Dimsum, Ekonomi Islam.

ABSTRACT

FROM TRADITIONAL TO TRENDY: BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF DIMSUM WITH CREATIVE SAUCE INNOVATION

Arya Yudha Septia Permana
21423133

This business pioneering final project aims to evaluate the development strategy of an innovative culinary startup, "Dimsauce," in Yogyakarta, test the accuracy of Cost of Goods Sold (COGS) calculation using the cost-plus pricing method, measure the level of operational profitability, and assess the business's compliance with Islamic economic principles. Dimsauce operates entirely online by purchasing frozen dimsum, utilizing a pre-order system and Just-In-Time (JIT) principles to minimize the risk of inventory accumulation.

The data collection method employed a quantitative descriptive survey distributed via digital questionnaires (Google Forms). This survey aimed to identify consumer preferences, test market potential, and determine the selling price desired by consumers prior to the official product launch. Data analysis was conducted using a financial accounting quantitative analysis approach. Daily sales data collected during the selling period were processed into standard financial statements.

The financial analysis results reveal a unique cost structure for each product variant due to the distinct raw material characteristics of the homemade sauces. The lowest COGS is recorded for the Original variant at IDR 10,054, followed by the Hot Lava variant (IDR 10,654), Bolognese (IDR 10,729), Mentai (IDR 11,244), and Carbonara (IDR 11,949). Consequently, by establishing a selling price of IDR 12,000 for the Original variant and IDR 15,000 for all premium sauce variants, Dimsauce successfully recorded a healthy average net profit margin of 24.13%, derived from a combined average selling price of IDR 14,400 against an average COGS of IDR 10,926 per serving. This startup venture managed to reach its break-even point since the first month of operation. From an Islamic economic perspective, Dimsauce's operations have implemented sharia values through the principles of justice, the salam contract, and the fulfillment of product halal and thayyib assurances.

Keywords: Business Pioneering, Dimsum, Islamic Economics.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik dengan dasar "satu fonem satu lambing".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara konkrit dalam pedoman trasliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (Tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'Marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata

9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	’ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal Tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...ي°	fathah dan ya	Ai	a dan i
...و°	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

-kataba

-fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf transtilerasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا ... ى	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...ى	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...و	hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

qāla

-رمى ramā

-قيل qīla

-يقول yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya Adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya

Adalah “h”.

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta’ marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta’ marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

al-madīnah al-munawwarah

/al-madīnatulmunawwarah

Talhah

5. Syaddah (Tasyid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

nazzala

al-birr

6. Kata Sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

ا ْلر َجل	- ar-rajulu
السيد	- as-sayyidu
ا ْلش َم س	- as-syamsu
ا ْل َق َل م	- al-qalamu
ا ْلب ِد ْي ع	- al-badĭ'u
ا ْل َجلل	- al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

[illegible]	- ta'khużūna	إ ِن	- inna
[illegible]	- an-'nau	أ ِم ْ ت	- umirtu
[illegible]	- syai'un	[illegible]	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

[illegible] Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqĭn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

[illegible] Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital

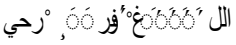
seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

	Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
	Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

	Allaāhu gafūrun rahīm
	Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATAPENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul "Dari Traditional ke Trendy : Strategi Pengembangan Bisnis Dimsum dengan Inovasi Saus Kreatif". Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir perintisan bisnis ini dapat diselesaikan dengan baik berkat do'a, dukungan, bimbingan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor UII
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku dekan FIAI UII
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam
4. Ibu Siti Achiria, SE., MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam
5. Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc., M.E. sebagai dosen pembimbing yang bersedia memberikan bantuan dan mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir perintisan bisnis ini
6. Seluruh dosen dan staf yang telah bekerja sama dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat
7. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan do'a dan dukungan.

Penulis juga menyadari bahwa laporan tugas akhir perintisan bisnis ini jauh dari kesempurnaan. Semoga laporan tugas akhir perintisan bisnis ini dapat memberikan manfaat dan bisa menjadi referensi bagi pembaca.

Yogyakarta, 08 Juni 2026

Arya Yudha Septia Permana

DAFTAR ISI

COVER i

LEMBARPERNYATAAN KEASLIAN ii

NOTA DINAS iii

REKOMENDASI PEMBIMBING iv

HALAMAN PENGESAHAN v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

HALAMAN MOTTO vii

ABSTRAK viii

ABSTRACT ix

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x

KATAPENGANTAR xvii

DAFTAR ISI xviii

DAFTAR TABEL xxi

A. Latar Belakang 1

B. Capaian Target 4

C. Sistematika Penulisan 4

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN 6

A. Profil Bisnis 6

B. Pelaksanaan Bisnis 8

1. Aspek Produksi 8

2. Aspek Keuangan 23

3. Aspek Pemasaran 61

BAB III 65

A. Identifikasi Masalah 65

B. Tinjauan Teoritis 65

1. Konsep Perintisan Bisnis 65

2. Manajemen Produksi 66

3. Manajemen Keuangan 67

4. Manajemen Pemasaran dan Sistem Pre-Order 68

5. Etika Bisnis dan Ekonomi Islam dalam Perdagangan 69

6. Pemecahan Masalah 72

BAB IV 74

KESIMPULAN DAN SARAN 74

1. Kesimpulan 74

2. Saran 75

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN 80

RIWAYAT HIDUPPENULIS 87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Survey Preferensi Konsumen dalam Membeli Dimsum.....2
Gambar 1. 2 Survey Minat Beli Dimsum dengan Inovasi Saus.....2
Gambar 1. 3 Survey Ketertarikan Saus 3
Gambar 2. 1 Logo Brand.....7
Gambar 2. 2 Riset dan Pembelian Bahan Baku.....11
Gambar 2. 3 Proses Pembuatan dan Penjualan Dimsauce.....14
Gambar 2. 4 Varian Produk Dimsauce 16
Gambar 2. 5 Proses Pembuatan Saus Dimsauce 17
Gambar 2. 6 Packaging Dimsauce 19
Gambar 2. 7 Whatsapp Dimsauce.....20
Gambar 2. 8 Instagram Dimsauce 20
Gambar 2. 9 Jam Operasional Dimsauce.....20
Gambar 2. 10 Pricelist Dimsauce 22
Gambar 2. 11 Qris Dimsauce 65
Gambar 2. 12 Konten Pemasaran Dimsauce 69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 HPP Dimsauce....12
Tabel 2. 2 Modal Awal....23
Tabel 2. 3 Anggaran Keuangan Dimsauce....24
Tabel 2. 4 Perhitungan Bahan Baku Dimsum....27
Tabel 2. 5 Perhitungan Bahan Baku Saus....28
Tabel 2. 6 HPP Dimsauce Original....29
Tabel 2. 7 HPP Dimsauce Original....29
Tabel 2. 8 HPP Dimsauce Hot Lava....29
Tabel 2. 9 HPP Dimsauce Hot Lava....30
Tabel 2. 10 HPP Dimsauce Bolognese....30
Tabel 2. 11 Cashflow Oktober....31
Tabel 2. 12 Cashflow November....31
Tabel 2. 13 Cashflow Desember....33
Tabel 2. 14 Cashflow Januari....35
Tabel 2. 15 Cashflow Februari....36
Tabel 2. 16 Cashflow Maret....38
Tabel 2. 17 Analisis Volume Penjualan....40
Tabel 2. 18 Laporan Laba Rugi....41
Tabel 2. 19 Laporan Arus Kas....43
Tabel 2. 20 Biaya Penyusutan....45
Tabel 2. 21 Fixed Cost....46
Tabel 2. 22 Variabel Cost....47
Tabel 2. 23 Total Cost....48
Tabel 2. 24 Biaya Produksi Dimsauce Original....48
Tabel 2. 25 Biaya Produksi Dimsauce Mentai....49
Tabel 2. 26 Biaya Produksi Dimsauce Carbonara....50
Tabel 2. 27 Biaya Produksi Dimsauce Bolognese....51
Tabel 2. 28 Biaya Produksi Dimsauce Hot Lava....52
Tabel 2. 29 Break Even Point....54
Tabel 2. 30 Payback Period....56
Tabel 2. 31 Return on Investment....58
Tabel 2. 32 Neraca Sebelum Penjualam....59
Tabel 2. 33 Neraca Sesudah Penjualan....59

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Culinary atau kuliner merupakan salah satu bidang bisnis yang paling besar karena kuliner merupakan makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok atau primer manusia yang akan selalu dikonsumsi tanpa akhir (Yoestini & Kartika, 2018). Bisnis kuliner merupakan bisnis yang masih menjadi salah satu andalan sebagai penopang sektor ekonomi nasional. Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok sehari-hari sehigga akan selalu ada permintaan akan makanan dari konsumen (Nurmala et al., 2022).

Yogyakarta menjadi kota di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk menjalankan bisnis kuliner. Sebagian besar wilayah di kota Yogyakarta diisi oleh para pendatang karena potensi wisatanya. Peran bisnis kuliner sangatlah penting karena bagian yang tak terpisahkan dari industri pariwisata dalam hal menyediakan berbagai makanan Dan minuman yang dibutuhkan para wisatawan (Chandra et al., 2023).

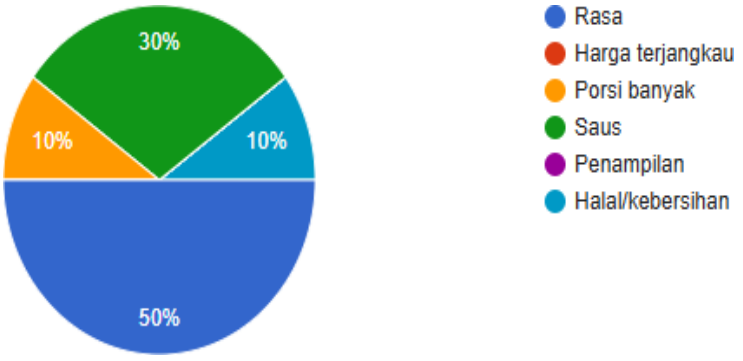
Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Desember 2023 tercatat 11.338 kunjungan wisatawan mancanegara ke Yogyakarta. Hal ini mengalami kenaikan 17,19% dibandingkan dengan bulan November 2023 (Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta, 2023).

Selain itu, banyaknya kampus ternama yang menjadi alasan pertumbuhan jumlah mahasiswa aktif di Yogyakarta sehingga menjawab peluang yang begitu besar. Dalam survei, sebanyak 70% responden memilih menempuh pendidikan di Yogyakarta dibanding kota lainnya di Indonesia. Terdapat 126 perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada di Yogyakarta. Sebanyak 109 perguruan tinggi di bawah naungan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan dan 17 perguruan tinggi di bawah naungan Kementrian Agama (Khafid, 2023).

Dalam rangka Tugas Akhir Perintisan Bisnis terbesit sebuah ide bisnis dengan mengangkat topik camilan dimsum yang berinovasikan berbagai

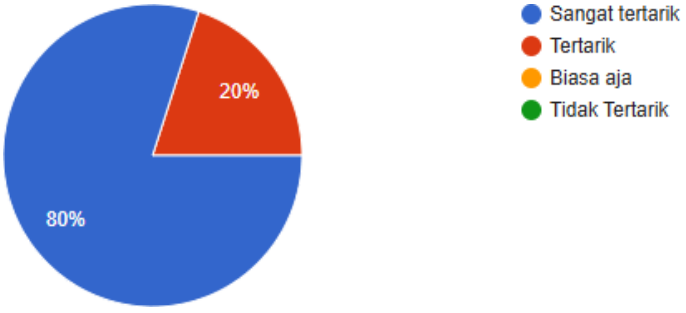
saus. Penulis telah melalukan survei tentang bisnis kuliner dimsum di daerah Yogyakarta, dan akhirnya penulis mendapatkan informasi bahwa belum adanya penjual dimsum bakaran dengan variasi saus di Yogyakarta sesuai dengan observasi yang saya lakukan langsung di lapangan dan internet. Selain itu, penulis juga melakukan riset melalui beberapa mahasiswa terkait seperti apa makanan yang disukai. Berikut hasil dari survei tersebut.

Apa yang anda cari dari dimsum?

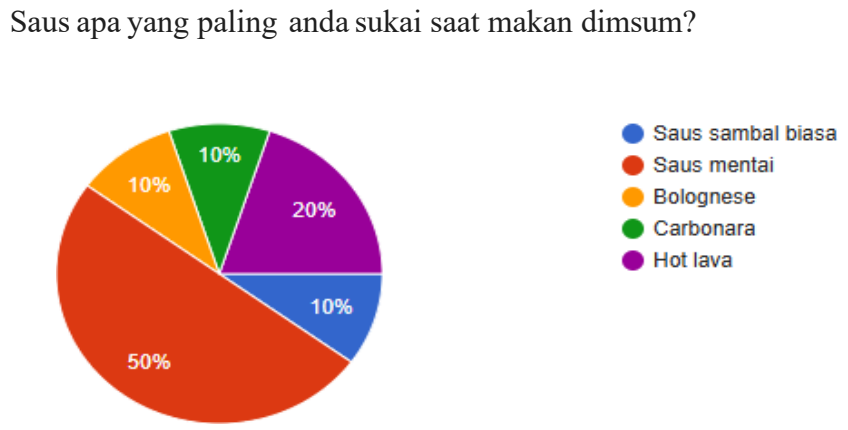


Gambar 1. 1 Survey Preferensi Konsumen Dalam Membeli Dimsum

Apakah anda tertarik mencoba dimsum dengan berbagai pilihan saus unik (bolognese, mentai, hot lava, carbonara)?



Gambar 1. 2 Survey Minat Beli Dimsum Dengan Inovasi Saus



Gambar 1. 3 Survey Ketertarikan Saus

Survei ini melibatkan berbagai latar belakang, dengan mayoritas berada dalam rentang usia 15 hingga 24 tahun. Sebagian besar dari mereka adalah pelajar atau mahasiswa, mencerminkan bahwa target pasar utama produk ini berada pada segmen anak muda. Kebiasaan konsumsi dimsum di kalangan responden cukup tinggi. Tempat pembelian yang paling umum adalah melalui layanan pemesanan online, seperti GoFood atau GrabFood dengan itu menunjukkan bahwa kanal digital menjadi media distribusi yang sangat relevan untuk produk ini.

Ketika ditanya tentang apa yang paling dicari dari sebuah produk dimsum, sebagian besar responden menjawab “rasa” dan “saus”. Hal ini sejalan dengan ketertarikan mereka terhadap ide dimsum dengan berbagai varian saus unik, seperti saus mentai, hot lava, bolognese, dan carbonara. Sebagain besar responden menyatakan sangat tertarik, sedangkan sisanya tetap menunjukkan ketertarikan walau tidak sekuat yang lain. Saus mentai menjadi pilihan favorit, dipilih oleh setengah dari total responden. Menariknya, ketika diberikan pilihan untuk memilih hingga tiga jenis saus dalam satu kali pembelian, mayoritas menganggap konsep ini sebagai hal yang menarik dan menyenangkan. Mereka melihat variasi sebagai nilai tambah yang membuat pengalaman makan menjadi lebih seru dan fleksibel**.** Dari sisi potensi pasar, responden yakin bahwa konsep dimsum dengan varian saus yang beragam ini berpotensi laris di pasaran. yang, menandakan bahwa meskipun ada sedikit keraguan, tidak ada yang menilai konsep ini buruk. Mengenai harga, rentang Rp15.000 hingga Rp20.000 per porsi

dianggap sesuai bahkan murah oleh semua responden, memperlihatkan bahwa produk ini memiliki peluang besar untuk diterima pasar secara luas tanpa perlu penyesuaian harga signifikan. Yang paling menjanjikan, seluruh responden menyatakan kesediaannya untuk merekomendasikan produk ini kepada teman atau keluarga dengan catatan utama bahwa rasanya harus enak. Ini menunjukkan bahwa kualitas rasa tetap menjadi kunci utama untuk membangun loyalitas dan perluasan pasar dari mulut ke mulut.

Secara keseluruhan, survei ini menunjukkan bahwa konsep dimsum dengan aneka saus unik memiliki daya tarik kuat di kalangan anak muda, dengan dukungan tinggi terhadap ide dan harga produk, serta potensi besar untuk direkomendasikan secara luas. Hal ini memberi sinyal kuat bahwa produk seperti Dimsauce sangat layak untuk dikembangkan dan dipasarkan secara lebih serius.

B. Capaian Target

Dalam menjalankan perintisan bisnis Dimsauce", pemulis memiliki beberapa target yang akan dicapai, diantaranya:

1. Mampu menyusun strategi keuangan yang mampu mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka waktu tertentu.
2. Mampu memaksimalkan penggunaan modal awal untuk pengadaan tempat, bahan baku, kegiatan operasional, serta promosi secara efektif.
3. Mampu meningkatkan profitabilitas melalui efesiensi biaya produksi serta pengelolaan arus kas yang stabil.
4. Mampu menetukan biaya produksi dengan berkoordinasi dengan bidang keuangan.

C. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun laporan tugas akhir perintisan bisnis ini, penulis menggunakan sistematika yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian tengah dan bagian akhir. Pada bagian tengah berisi hal-hal yang berhubungan dengan penyusunan tugas akhir perintisan bisnis yang terdiri dari halaman judul, logo universitas, dan identitas penulis. Bagian tengah berisi inti dari penulisan terdiri dari lima bagian. Pada Bab pertama

berisi latar belakang dari sebab penemuan ide bisnis yang dijalankan, terdepat target yang akan dicapai serta sistematika penulisan yang digunakan dalam menyusun laporan tugas akhir perintisan bisnis.

Pada Bab kedua berisi pelaksanaan kegiatan terdiri dari profil bisnis dan penerapan capaian target. Pada profil bisnis berisikan hal-hal yang berkaitan dengan bisnis meliputi bidang usaha, lokasi bisnis, waktu berdirinya bisnis, dan perkembangan bisnis secara umum. Dan pada penerapan capaian target berisi laporan kegiatan dari capaian target yang sudah dijalankan.

Pada Bab ketiga berisi identifikasi dan pemecahan masalah. Pada identifikasi masalah diuraikan masalah yang muncul ketika menjalankan bisnis, kemudian tinjauan teoritis yang berisi tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi. Pada pemecahan masalah menguraikan teori atau pendekatan apa yang digunakan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Pada Bab keempat yang berisikan kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan berisi pernyataan singkat yang dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disusun. Dan pada saran berisi masukan berdasarkan hasil penelitian yang ditujukan untuk pihak terkait guna kepentingan pengembangan riset selanjutnya. Dan yang terakhir bagian akhir berisi daftar pusaka dan lampiran. Pada daftar pustaka berisi daftar referensi yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir perintisan bisnis ini. Dan lampiran terdiri dari data atau keterangan lain yang berfungsi untuk melengkapi uraian yang dipaparkan pada bagian inti.

BAB II
PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Profil Bisnis

Secara etimologis, istilah dimsum berakar dari bahasa Kantonis yang bermakna "kudapan" atau "makanan kecil". Sementara itu, dalam terminologi bahasa Mandarin, hidangan ini dikenal dengan sebutan *dianxin* yang mengandung filosofi mendalam, yaitu "sedikit dari hati" atau sesuatu yang dapat "menyentuh hati" Sudaya, I. D. G. M., Octaviano, A. L., & Raharjo, A. (2022). Makanan Dimsum Dalam Karya Food Photography. Retina Jurnal Fotografi, 2(1), 70–79.

Nama Dimsauce secara filosofis merupakan gabungan dari elemen utama produknya, yaitu Dimsum dan *Sauce* (Saus) yang dipilih untuk mempertegas identitas bisnis sebagai penyedia kudapan dimsum dengan beragam saus inovatif. Bisnis kuliner ini menghadirkan terobosan berupa dimsum bakaran yang menawarkan pengalaman rasa berbeda dibandingkan produk lainya melalui pilihan saus unik, seperti varian Mentai yang menjadi unggulan, Hot Lava untuk sensasi pedas, serta sentuhan cita rasa Barat melalui varian Bolognese dan Carbonara. Inovasi ini dikembangkan berdasarkan observasi lapangan di wilayah Yogyakarta yang menunjukkan belum adanya kompetitor dengan konsep serupa, sehingga Dimsauce mampu memposisikan diri sebagai camilan seru dan fleksibel yang sangat relevan dengan selera pasar anak muda.

Penerapan ide bisnis ini membutuhkan identitas yang jelas agar mudah dikenali oleh masyarakat luas sehingga dapat memperluas jangkauan pasar. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah merancang logo yang menarik dan unik agar mudah diingat oleh pelanggan yang kemudian dicantumkan pada label produk serta kemasan penjualan.

Gambar 2. 1 Logo Brand

Dalam menjalankan tugas akhir perintisan bisnis ini, penulis menjadi anggota tunggal yang memiliki tugas dan wewenang dalam menjalankan perintisan bisnis Dimsauce. Dimsauce dikembangkan sebagai Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang bertujuan memberikan pengalaman praktis bagi penulis dalam menjalankan bisnis secara mandiri dan professional. Visi utama dari perintisan bisnis ini Adalah "Menjadi pelopor bisnis dimsum inovatif yang menyajikan standar kualitas saus premium dengan cita rasa modern bagi masyarakat, serta menjadi pilihan utama kudapan sehat dan kekinian di lingkungan akademisi". Untuk mewujudkan visi tersebut, Dimsauce menetapkan misi sebagai berikut:

1. Inovasi Produk Berkelanjutan: Konsisten menghadirkan variasi saus modern (seperti Mentai, Carbonara, Bolognese, dan Hot Lava) yang unik untuk memberikan pengalaman rasa baru bagi konsumen.
2. Menjamin Kualitas Bahan Baku: Menggunakan bahan baku pilihan yang segar dan diproses secara higienis untuk menjaga standar mutu dan kesehatan produk dan halal.
3. Harga Kompetitif dan Terjangkau: Memberikan nilai lebih bagi konsumen melalui harga yang bersahabat, terutama bagi kalangan mahasiswa, tanpa mengurangi kualitas produk.
4. Pelayanan: Memberikan kemudahan akses pemesanan melalui sistem *Pre-Order* (PO) dan layanan pesan antar (*delivery*) yang responsif.

Produk yang ditawarkan Dimsauce terdiri atas varian original, mentai, bolognese, carbonara, dan hot lava . Seluruh produk disajikan dalam

kemasan *pack* isi 4 pcs dengan standar kualitas bahan baku yang segar. Konsumen dapat melakukan pemesanan dan pembelian produk secara daring melalui layanan pesan-antar menggunakan WhatsApp dan media sosial Instagram dengan jangkauan pengiriman dan jam operasional pukul 15.00-22.00 WIB. Selain penjualan reguler, Dimsauce juga melayani pemesanan dalam jumlah besar melalui sistem Pre-Order (PO) untuk berbagai acara maupun kebutuhan konsumsi harian. Dimsauce beroperasi secara fleksibel sesuai dengan pesanan yang masuk guna menjaga kesegaran produk (*made by order*).

B. Pelaksanaan Bisnis

Bisnis Dimsauce resmi dimulai pada awal November 2025 sampai bulan Maret 2026. Penulis memegang tanggung jawab di aspek keuangan, produksi dan pemasaran dengan uraian tugas yang telah disesuaikan dengan kebutuhan operasional bisnis. Pada aspek keuangan, penulis bertugas menyusun templat kalkulasi biaya untuk berbagai varian produk, menentukan besaran biaya produksi dan harga jual, mencatat arus kas masuk dan keluar, serta menyusun laporan keuangan untuk kebutuhan analisis. Sementara itu, pada aspek produksi, tanggung jawab penulis meliputi pemantauan ketersediaan dan kualitas bahan baku, proses penyiapan produk, hingga penyusunan rincian kebutuhan produksi secara menyeluruh. Terakhir, pada aspek pemasaran, penulis bertanggung jawab penuh dalam menjalankan strategi promosi, mengoptimalkan media sosial sebagai media jualan online, serta mengelola sistem prapesan (*pre-order*) konsumen.

1. Aspek Produksi

Aspek produksi dan operasional merupakan hal penting dalam menjaga keberlangsungan usaha Dimsauce untuk memastikan produk yang dihasilkan selalu berada dalam kondisi baik dan konsisten. Dalam bisnis kuliner berbasis *online* dan sistem prapesan (*pre-order*), pengelolaan produksi harus dirancang secara efektif. Berikut proses

pada aspek produksi yang dilakukan pada bisnis Dimsauce ini.

a) Strategi Produksi Dimsauce

Untuk mencapai keunggulan produk dan menjamin kepuasan konsumen, Dimsauce menerapkan empat strategi produksi sebagai berikut.

1) Sistem Produksi *Made-by-Order* dan *Pre-Order* (PO)

Untuk menjaga kesegaran produk (*freshness*) dan meminimalisir risiko bahan baku terbuang (*zero waste*), Dimsauce tidak melakukan produksi massal Produksi hanya dilakukan berdasarkan pesanan yang masuk melalui WhatsApp atau PO.

2) Pembelian dengan Sistem Stok Terbatas

Penulis melakukan pengadaan bahan baku utama sebanyak 150 *pcs* dimsum pada awal periode, dimana pembelian berikutnya hanya akan dilakukan kembali apabila persediaan tersebut telah terjual dan tersisa sedikit melalui metode *Reorder Point* (Titik Pemesanan Kembali) dan strategi ini menerapkan prinsip *Just-In-Time* (JIT). Penerapan ini bertujuan untuk memastikan bahwa modal kerja tidak mengendap terlalu lama dalam bentuk persediaan yang tidak produktif, sekaligus menjamin bahwa produk yang disajikan kepada pelanggan selalu memenuhi standar kesegaran yang optimal.

3) Teknik *Double-Cooking* (*Steam and Burn*)

Untuk memberikan nilai tambah (*value added*) pada produk, Dimsauce menggunakan kombinasi dua teknik pengolahan. Dimsum melalui tahap pengukusan (*steaming*) untuk tekstur lembut yang dilanjutkan dengan tahap pembakaran saus (*torching*) menggunakan *gas torch* untuk menghasilkan aroma *smoky* pada varian mentai dan carbonara.

4) Kontrol Kualitas Bertingkat (*Layered Quality Control*)

Memastikan setiap produk yang keluar dari dapur produksi layak konsumsi dengan melakukan pengecekan pada kualitas bahan

baku saat diterima, pengecekan tanggal kedaluwarsa bahan baku secara berkala, kematangan dimsum saat dikukus, dan kerapihan pengemasan (*packaging*) sebelum diterima oleh konsumen.

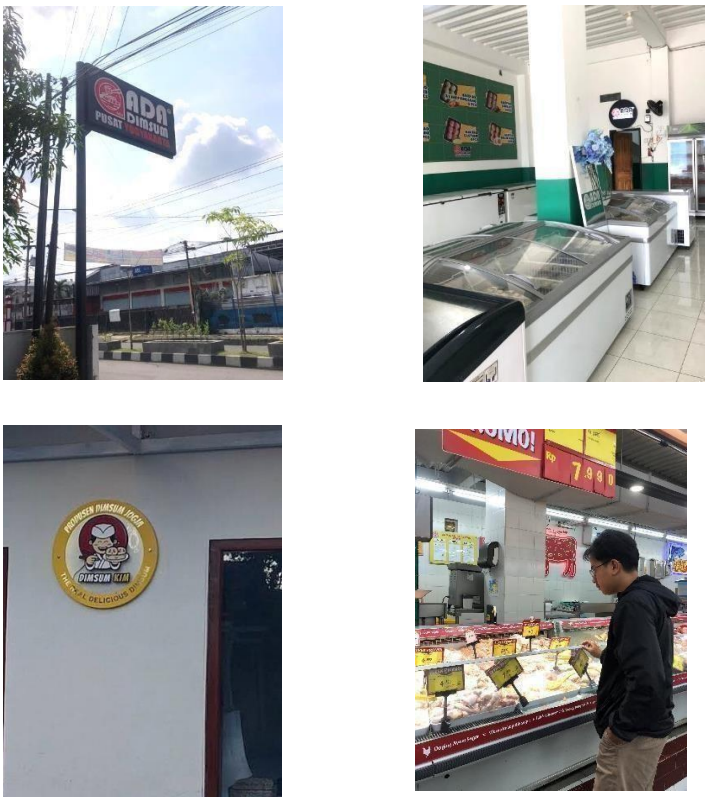
b) Riset dan Pembelian Bahan Baku Dimsauce

Dalam menjaga keberlanjutan produksi dan optimalisasi margin keuntungan, penulis melakukan riset pasar. Riset ini dibagi ke dalam dua tahap evaluasi, yaitu analisis produksi mandiri dan riset pasar (*price benchmarking*) terhadap pemasok siap saji (*frozen food*).

Pada tahap awal, penulis melakukan riset eksperimen untuk memproduksi dimsum secara mandiri dengan memanfaatkan daging ayam giling siap pakai yang tersedia di pasar. Penggunaan daging giling ini bertujuan untuk memangkas waktu proses produksi awal (penggilingan) sekaligus menjaga konsistensi tekstur dasar. Namun, setelah dikalkulasikan, produksi mandiri ini dinilai kurang efisien untuk skala usaha mikro yang bergerak dengan sistem *pre-order* tanpa tenaga kerja tambahan. Tingginya biaya variabel untuk bahan baku pelengkap, fluktuasi harga daging, serta besarnya investasi waktu dan energi yang dibutuhkan untuk proses pencetakan hingga pengukusan membuat margin keuntungan menjadi sangat tipis dan kurang stabil.

Oleh karena itu, untuk mencapai efisiensi biaya dan waktu yang lebih optimal, penulis mengalihkan strategi dengan melakukan riset pasar (*price benchmarking*) untuk menentukan pemasok (*supplier*) dimsum *frozen* terbaik di wilayah Yogyakarta. Survei perbandingan harga, kualitas, dan aksesibilitas dilakukan pada dua lokasi penyedia dimsum grosir untuk menentukan pemasok dimsum *frozen* yang paling efisien bagi bisnis Dimsauce. Penulis melakukan survei perbandingan harga dan kualitas pada dua lokasi penyedia dimsum grosir di wilayah Yogyakarta. Berdasarkan riset tersebut, ditemukan bahwa Dimsum Kim yang berlokasi di Jalan Banyurejo, Tempel menawarkan harga Rp324.000 untuk 150 *pcs* dimsum. Namun,

secara geografis lokasi ini dinilai kurang efisien karena jaraknya yang cukup jauh dari pusat operasional di area Jalan Kaliurang sehingga berisiko meningkatkan biaya transportasi dan menurunkan kualitas bahan selama perjalanan. Sebaliknya, Ada Dimsum di Jalan Tajem, Maguwoharjo menawarkan harga yang jauh lebih kompetitif sebesar Rp325.000 untuk jumlah yang sama. Dengan selisih harga mencapai Rp1.000 dibandingkan pemasok sebelumnya, Namun, Ada Dimsum menjadi pilihan yang lebih ekonomis dan strategis bagi keberlangsungan bisnis Dimsauce karena dapat meminimalisir pengeluaran biaya operasional transportasi dan efisiensi waktu.



Gambar 2. 2 Riset dan Pembelian Bahan Baku

c) Penentuan HPP Dimsauce

Komponen	Original	Mentai	Hot Lava	Carbonara	Bolognese
Dimsum 4 pcs	8.668	8.668	8.668	8.668	8.668
Saus (35 gr)	0	765	800	1.470	875
Packaging	1.178	978	978	978	978
Gas Kukus	208	208	208	208	208
Gas Torch	0	167	0	167	0
Nori (2,5 gr)	0	458	0	458	0
Total HPP	**10.054**	**11.244**	**10.654**	**11.949**	**10.729**

Tabel 2. 1 HPP Dimsauce

Seluruh varian memiliki biaya dasar yang sama untuk komponen Dimsum (4 pcs) sebesar Rp8.668 bahwa bahan baku utama yang digunakan memiliki standar kualitas yang seragam di seluruh menu. Varian Carbonara memiliki biaya saus tertinggi (Rp1.470) karena penggunaan bahan-bahan *creamy* yang relatif lebih mahal. Varian Original tidak memiliki biaya saus (Rp0) sehingga menjadikannya

produk dengan HPP terendah (Rp10.054). Penambahan biaya gas torch dan nori sebesar masing-masing Rp167 pada varian Mentai dan Carbonara merupakan biaya *finishing* untuk memberikan aroma dan tampilan premium.

Biaya gas kukus sebesar Rp208 per porsi secara merata. Angka ini merupakan hasil pembagian harga satu tabung gas dengan estimasi 7,5 menit total porsi yang dapat dihasilkan sehingga setiap porsi menanggung beban biaya energi secara adil. Biaya pengemasan berada di kisaran Rp978 hingga Rp1.178. Adanya perbedaan kecil disebabkan oleh perbedaan perlengkapan tambahan yang menyesuaikan dengan karakteristik saus agar tidak tumpah dan tetap

menarik saat diterima konsumen.

d) Proses Produksi Dimsauce

Proses pembuatan Dimsauce dilakukan melalui tahapan-tahapan sistematis untuk menjaga kualitas rasa dan tampilan produk. Alur kerja produksi tersebut dibagi menjadi lima tahapan sebagai berikut:

1) Tahap Persiapan

Penulis menyiapkan peralatan kukus (klakat) dan memastikan bahan baku dimsum beku (*frozen*) telah dikeluarkan dari pendingin hingga mencapai kondisi suhu ruang. Hal ini dilakukan agar proses pematangan di dalam kukusan berlangsung merata hingga ke bagian dalam.

2) Tahap Pengukusan

Dimsum dikukus menggunakan panci klakat bambu selama 7,5 menit. Penggunaan klakat bambu bertujuan untuk memberikan aroma yang khas serta menjaga tekstur dimsum agar tetap lembut dan tidak terlalu basah.

3) Tahap Pemberian Topping dan Saus

Setelah dimsum matang sempurna, produk ditata dengan rapi ke dalam wadah untuk memasuki tahap pemberian *topping* dan saus. Pada tahap ini, perlakuan penyajian dibedakan berdasarkan varian menu yang dipesan. Untuk varian saus premium, dimsum diolesi secara merata dengan saus pilihan Mentai, Carbonara, Bolognese, atau Hot Lava. Khusus pada varian Mentai dan Carbonara, penulis menambahkan taburan *nori* (rumput laut kering) di atas lapisan saus guna memperkuat cita rasa gurih sekaligus memberikan sentuhan estetika pada tampilan produk. Sementara itu, untuk varian original, dimsum dibiarkan polos tanpa olesan dan dilengkapi dengan saus cocolan terpisah dalam *cup* kecil khusus agar konsumen dapat menikmati tekstur asli dimsum secara optimal.

4) Tahap Pengolahan Akhir (*Torching*)

Khusus untuk varian Mentai dan Carbonara, dilakukan proses pembakaran pada permukaan saus menggunakan *gas torch*. Teknik ini bertujuan untuk memberikan aroma *smoky* yang kuat, serta meningkatkan estetika tampilan produk agar lebih menggugah selera. Varian lain (Bolognese, Hot Lava, dan Original) tidak melalui tahap ini untuk menjaga karakteristik rasa aslinya.

5) Tahap Pengemasan (*Packaging*)

Setelah semua siap, produk dimasukkan ke dalam kemasan dan produk diberi tambahan pelengkap, yaitu sumpit. Wadah kemudian ditutup rapat dan dimasukkan ke dalam paper bag. Kemudian, diberi segel berupa stiker label Dimsauce sebagai penjamin keamanan (*security seal*) serta sebagai identitas merek sebelum diserahkan kepada konsumen.

Gambar 2. 3 Proses Pembuatan dan Penjualan Dimsauce

e) Varian Produk dan Kemasan Dimsauce

Dalam upaya memberikan pengalaman konsumsi yang praktis dan estetik bagi pelanggan, Dimsauce menetapkan standar varian produk serta penggunaan kemasan yang mendukung nilai jual. Dimsauce hadir dengan dua kategori utama untuk memenuhi preferensi rasa yang beragam di kalangan masyarakat dan akademisi. Kategori pertama adalah Varian Saus Premium yang terdiri atas Dimsum Mentai, Dimsum Carbonara, Dimsum Bolognese, dan Dimsum Hot Lava. Varian ini menjadi unggulan karena melalui proses pengolahan khusus untuk menciptakan cita rasa modern. Di mana untuk varian Mentai dan Carbonara merupakan menu yang melalui tahap penyelesaian dengan teknik *torch* serta penambahan *topping* nori guna memberikan sensasi rasa *smoky* dan gurih yang lebih kuat. Kategori kedua adalah Varian Original yang ditujukan bagi konsumen yang menyukai keaslian rasa dimsum kukus yang disajikan dengan saus cocolan terpisah untuk menjaga tekstur asli produk.

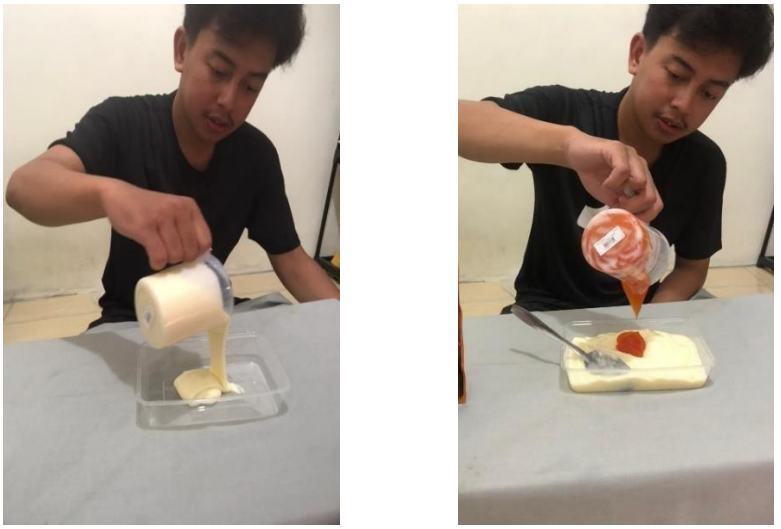
Untuk menunjang keunikan rasa pada kategori Varian Saus Premium dan efisiensi pada Varian Original, penulis menerapkan kombinasi strategi pengadaan saus, baik melalui pembelian siap pakai (*ready-to-use*) maupun peracikan mandiri (*in-house blending*). Saus original tidak melalui proses pengolahan karena sudah termasuk dalam paket pembelian grosir (*sepaket*) dari pemasok dimsum *frozen*.

Hal ini sangat efisien karena menjaga keaslian rasa cocolan dimsum klasik tanpa menambah biaya produksi. Saus bolognese didapatkan dengan cara membeli produk saus jadi yang berkualitas di pasaran, yang kemudian diaplikasikan langsung sebagai *topping* di atas dimsum. Kemudian, untuk saus carbonara, saus ini diracik sendiri oleh penulis untuk menghasilkan cita rasa *creamy* khas Barat yang pas. Proses pembuatannya dimulai dengan, memasukkan susu UHT hingga mendidih, kemudian memasukkan keju, margarin, lada bubuk, dan bawang putih bubuk hingga larut dan mengemantal.

Selain itu, untuk saus mentai dibuat secara mandiri dengan mengombinasikan mayonaise dan saus sambal untuk memberikan sedikit rasa pedas lokal, serta bubuk cabai (*chili powder*) untuk memperkuat warna serta ketajaman rasa. Setelah diaplikasikan di atas dimsum, saus ini diselesaikan dengan teknik *torch* agar memberikan efek yang *smoky*. Untuk memenuhi selera konsumen yang menyukai rasa pedas ekstrem, penulis meracik saus hot lava sendiri. Kandungannya terdiri dari perpaduan saus sambal dan cabai bubuk dan kemudian dilarutkan dengan sedikit air matang agar teksturnya pas (tidak terlalu kental), serta ditambahkan minyak wijen untuk memberikan aroma harum gurih.

Gambar 2. 4 Varian Produk Dimsauce

Berikut adalah proses pembuatan saus secara mandiri:



Gambar 2. 5 Proses Pembuatan Saus Dimsauce

Dimsauce menggunakan material pengemasan yang aman dan menarik. Dimsauce mengandalkan wadah berbahan paperbox premium (*food grade*) yang memiliki karakteristik tahan panas dan ramah lingkungan. Pemilihan kemasan ini bertujuan untuk menjaga suhu dimsum agar tetap hangat lebih lama, sekaligus menjaga produk agar tetap higienis dan eksklusif di mata pelanggan. Setiap kemasan dilengkapi dengan penggunaan stiker label yang memiliki fungsi sebagai media identitas visual (*branding*) untuk memperkuat pengenalan merek Dimsauce dan sebagai segel pengaman (*security seal*) yang merekatkan tutup kemasan. Penerapan segel ini bertujuan untuk menjamin bahwa produk tetap dalam keadaan utuh, tertutup rapat, dan terhindar dari kontaminasi selama proses pengiriman hingga diterima dengan aman oleh konsumen.

Pada saat pengantaran produk, penulis menambahkan pengemasan luar pengganti plastik dengan menggunakan *paper bag* demi mendukung gerakan *go-green* dan mengurangi limbah plastik, penulis berkomitmen menggunakan *paper bag* ramah lingkungan yang modis dan dapat didaur ulang karena keindahan tidak harus merusak alam.

Gambar 2. 6 Packaging Dimsauce

f) Penjualan Dimsauce

Bisnis Dimsauce dijalankan sepenuhnya oleh pemilik sendiri (satu orang). Cara ini dipilih supaya pemilik bisa mengawasi langsung kualitas produk dan menghemat biaya gaji karyawan di awal usaha. Meskipun dikerjakan sendiri, semua prosesnya sudah diatur dengan rapi agar tetap professional. Seluruh tahapan produksi dilakukan secara personal oleh pemilik guna menjaga konsistensi rasa dan higienitas. Proses ini meliputi persiapan bahan, pengukusan menggunakan klakat bambu untuk menjaga aroma, hingga teknik pengolahan akhir berupa *torching* serta pemberian *topping nori* khusus pada varian Mentai dan Carbonara. Pengelolaan satu pintu ini memastikan setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan.

Pemasaran Dimsauce difokuskan melalui platform digital Instagram dan WhatsApp dengan menerapkan sistem pemesanan regular dan *Pre-Order* (PO) setiap harinya. Jam operasional aktif ditetapkan pada pukul 15.00 hingga 22.00 WIB, menyesuaikan dengan waktu produktif mahasiswa dalam mengonsumsi camilan di sela aktivitas akademik. Penggunaan sistem PO memungkinkan perencanaan produksi yang lebih akurat sehingga meminimalisir risiko bahan baku terbuang (*zero waste*).

Gambar 2. 7 Whatsapp Dimsauce

Gambar 2. 8 Instagram Dimsauce

Gambar 2. 9 Jam Operasional Dimsauce

Penentuan harga jual produk Dimsauce didasarkan pada metode *cost-plus pricing*, dimana harga ditetapkan dengan mempertimbangkan total biaya produksi (HPP) serta target margin keuntungan yang kompetitif di pasar mahasiswa. Pada varian

Original, produk diposisikan sebagai *entry point* dengan harga paling terjangkau, yaitu Rp12.000. Meskipun memiliki margin yang paling tipis dengan HPP sebesar Rp10.054, strategi ini sengaja diambil untuk menarik minat konsumen baru dan menembus pasar melalui harga yang sangat kompetitif tanpa mengurangi standar kualitas dasar dimsum isi 4 *pcs* yang seragam di seluruh menu.

Sementara itu, untuk kategori varian yang mencakup saus Mentai, Hot Lava, Carbonara, dan Bolognese, ditetapkan harga jual seragam sebesar Rp15.000. Berdasarkan analisis biaya, kelompok varian ini memiliki rentang HPP antara Rp10.654 hingga Rp11.949. Perbedaan biaya tersebut dipengaruhi oleh karakteristik bahan baku, seperti varian Carbonara yang memiliki HPP tertinggi karena penggunaan bahan *creamy* yang lebih mahal, serta varian Mentai yang membutuhkan biaya tambahan untuk proses *finishing* menggunakan *gas torch* dan *topping* nori guna memberikan kesan premium.

Meskipun terdapat perbedaan HPP antar varian saus, penetapan harga rata di angka Rp15.000 bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan tanpa merasa terbebani oleh perbedaan harga yang kecil, sekaligus memungkinkan terjadinya mekanisme subsidi silang antar produk. Secara keseluruhan, strategi penetapan harga ini memastikan bisnis tetap memperoleh laba kotor yang sehat dengan rata-rata keuntungan Rp3.000 hingga Rp4.000 per porsi. Angka ini dinilai sangat ideal di sekitar kampus UII, dimana konsumen bisa mendapatkan produk berkualitas dengan rasa saus *homemade* yang premium namun tetap ramah di kantong.

Sebagai bentuk keunggulan layanan (*service excellence*), Dimsauce memberikan fasilitas pengantaran gratis (*free ongkir*) bagi konsumen yang berada di sekitar area Kampus Universitas Islam Indonesia (UII). Proses pengiriman dilakukan secara mandiri oleh pemilik, yang sekaligus berfungsi untuk membangun kedekatan secara langsung dengan pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam menekan biaya logistik bagi konsumen sekaligus memperkuat daya saing Dimsauce di lingkungan kampus.

Gambar 2. 10 Pricelist Dimsauce

g) Investasi Alat Produksi

Investasi terhadap rangkaian alat produksi dalam operasional Dimsauce merupakan sebuah keputusan strategis yang krusial untuk memastikan seluruh alur kerja berjalan tanpa hambatan sekaligus mempertahankan standar mutu produk dimsum yang ketat.

Setiap alat memiliki fungsi pentingnya masing-masing dalam proses pembuatan.. Untuk proses memasak, penulis menggunakan kukusan yang menjamin dimsum matang sempurna dengan tekstur yang lembut. Selain itu, perpaduan kompor, gas, dan regulator yang berkualitas memastikan api tetap stabil sehingga proses memasak jadi lebih cepat dan aman.

Penulis juga menggunakan torch dan gas portabel untuk memberikan sentuhan kekinian. Alat ini berfungsi memberikan efek bakar (*smoky*) yang menggugah selera, terutama untuk varian saus mentai dan carbonara. Kemudian, menyediakan capitan sebagai alat bantu yang sangat penting untuk menjaga higienitas

dan estetika produk. Capitan berfungsi untuk menata dan memindahkan dimsum dari kukusan ke wadah kemasan dengan rapi tanpa merusak tekstur kulitnya yang lembut. Dengan kelengkapan alat produksi ini, Dimsauce bisa bekerja lebih efisien dan selalu memberikan kualitas terbaik yang higienis bagi para pelanggan.

2. Aspek Keuangan

A. Tinjauan Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang krusial dalam mengukur tingkat efisiensi operasional, profitabilitas, serta keberlanjutan jangka panjang dari bisnis Dimsauce. Pengelolaan finansial pada bisnis ini dirancang secara terstruktur dengan memanfaatkan sistem pencatatan digital berbasis *spreadsheet* untuk menjamin akurasi arus kas harian. Kebijakan finansial Dimsauce, terutama dalam penentuan HPP dan harga jual dilakukan secara cermat dengan prinsip etika ekonomi Islam, yaitu mengedepankan nilai keadilan (*'adl*) dan keridaan. Sebagai dasar dalam menilai kelayakan serta realisasi performa bisnis, berikut disajikan rincian kalkulasi biaya, pengelolaan modal, dan laporan keuangan Dimsauce.

1) Modal Awal

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Investasi Peralatan	580.000
2.	Bahan Baku Saus 500 Gr	141.850
3.	Dimsum 150 Pcs	325.000
4.	Packaging	117.800
5.	Bensin	50.000
6.	Biaya tetap	85.000
TOTAL		**1.299.650**

Tabel 2. 2 Modal Awal

Dimsauce didirikan dengan total komitmen setoran modal awal sebesar Rp2.000.000. Alokasi penggunaan modal awal sebesar Rp 1.299.650 didistribusikan untuk penguatan aset operasional sebesar Rp580.000, pemenuhan stok bahan baku saus dan dimsum awal senilai Rp466.850, serta alokasi bensin untuk keperluan membeli bahan baku dan peralatan sebesar Rp50.000, biaya tetap listrik dan internet sebesar Rp85.000 dan stock packaging senilai Rp117.800. Untuk menjamin kelancaran arus kas operasional, sisa modal sebesar Rp700.350 ditempatkan sebagai kas aktif dalam komponen modal kerja. Penempatan dana kas ini ditujukan untuk memitigasi risiko finansial pada bulan-bulan awal operasional sekaligus menjaga perputaran bahan baku harian tetap konsisten.

Manajemen permodalan yang tertata ini merupakan bentuk nyata dari penerapan nilai akuntabilitas syariah. Adanya pemisahan yang transparan antara dana investasi, dana persediaan, dan kas operasional bertujuan menciptakan rintisan bisnis yang amanah serta memiliki landasan ekonomi yang kuat untuk bersaing.

2) Anggaran Keuangan

Perencanaan anggaran yang matang menjadi tolak ukur efisiensi penggunaan modal kerja dalam perintisan bisnis ini. Sebagai acuan dalam pengendalian arus kas masuk dan keluar selama periode usaha berjalan, berikut adalah rincian anggaran keuangan yang dialokasikan oleh Dimsauce.

No.	Keterangan	Jumlah	Harga
1.	Kompor	1 buah	150.000
2.	Gas	1 buah	175.000
3.	Regulator	1 buah	125.000
4.	Kukusan	1 buah	45.000
5.	Torch	1 buah	20.000

6.	Gas Portable	3 buah	30.000
7.	Kemasan	100 pcs	40.000
8.	Sticker	100 pcs	3.000
9.	Saus Sambal	1.000 gr	15.000
10	Mayonaise	1.000 gr	21.000
11.	Cabai Bubuk	250 gr	14.000
12.	Susu UHT	400 ml	13.600
13.	Keju	170 gr	13.000
14.	Margarin	200 gr	6.250
15.	Minyak Wijen	150 ml	10.000
16.	Nori	120 gr	22.000
17.	Saus Bolognese	500 gr	25.000
18.	Lada Bubuk	2 gr	1.000
19	Bawang Putih Bubuk	2 gr	1.000
20.	Dimsum	150 pcs	325.000
21.	Nampan	1 buah	10.500
22.	Capitan	1 buah	4.500
23.	Thinwall	5 buah	10.000
24.	Sendok	5 buah	10.000
25.	Sumpit	100 pcs	10.000
26.	Paperbag	100 pcs	44.800
27.	Cup Saos	100 pcs	20.000
TOTAL			**1.164.650**

Tabel 2. 3 Anggaran Keuangan Dimsauce

Anggaran keuangan yang dialokasikan sepenuhnya untuk membiayai aspek produksi dan operasional utama bisnis *Dimsauce*. Total modal awal yang direncanakan dan disetor adalah sebesar Rp2.000.000. Seluruh komponen pengeluaran di dalam anggaran ini dialokasikan secara terpusat untuk sektor biaya bahan baku operasional.

Seluruh dana sebesar Rp2.000.000 diposisikan sebagai modal kerja aktif yang digunakan secara berputar untuk pengadaan bahan baku utama dan pendukung. Hal ini meliputi pembelian produk dimsum *frozen*, serta pengadaan bahan-bahan baku premium untuk pembuatan empat varian saus inovatif, termasuk pemenuhan kebutuhan kemasan produk.

Dengan tidak adanya biaya tetap (*fixed costs*) untuk sewa tempat atau gaji tenaga kerja, serta tidak adanya biaya pendukung luar, bisnis ini memaksimalkan produktivitas modal. Setiap rupiah dari modal awal diubah langsung menjadi persediaan barang dagangan yang siap jual, sehingga mempercepat perputaran kas (*cash flow turnover*) dan mempermudah pencapaian ambang batas titik impas (BEP) bisnis semenjak bulan-bulan awal operasional berjalan.

Kegiatan promosi dioptimalkan melalui saluran media sosial tanpa biaya iklan berbayar (*zero budget marketing*) sehingga dana modal dapat dialihkan seutuhnya untuk menjaga kualitas fisik produk. Sedangkan untuk biaya mobilisasi pengantaran pesanan tidak dialokasikan secara khusus dalam anggaran inti karena pengelola menerapkan sistem pengantaran mandiri (*free ongkir*) di sekitar wilayah kampus UII. Dalam hal ini, pengeluaran untuk bahan bakar dikategorikan sebagai biaya variabel yang bersumber dari pribadi pemilik sehingga tidak mengurangi porsi modal operasional utama usaha.

3) Perhitungan Bahan Baku Dimsum

Keterangan	Jumlah	Harga/Satuan	Jumlah Kebutuhan	Harga Total
Bahan Baku				
Dimsum (150)	325.000	2.167	4	8.667
TOTAL				**8.667**

Tabel 2. 4 Perhitungan Bahan Baku Dimsum

Keputusan bisnis Dimsauce untuk menggunakan sistem membeli dimsum dalam kondisi beku (*frozen*) didasari oleh pertimbangan operasional dan efisiensi. Strategi ini utamanya diambil untuk menciptakan efisiensi waktu dan tenaga sehingga pemilik dapat memangkas proses produksi yang panjang, seperti penggilingan daging dan pengukusan awal, mengalihkan fokus pada inovasi saus serta pemasaran.

Selain itu, penggunaan produk dari pemasok tetap menjamin standardisasi kualitas berupa konsistensi rasa, tekstur, dan ukuran, sekaligus meminimalisir risiko kegagalan produksi yang sering terjadi pada skala kecil. Dari sisi finansial, sistem ini mampu meminimalisir investasi peralatan karena pemilik tidak perlu menyediakan mesin penggiling besar, melainkan cukup menggunakan alat penyimpanan dan pengukusan standar. Hal ini sejalan dengan strategi *Unique Selling Point* (USP) Dimsauce yang ingin menitikberatkan nilai tambah pada inovasi saus kreatif seperti varian Mentai, Carbonara, Hot Lava, dan Bolognese.

Terakhir, penggunaan bahan *frozen* memberikan keunggulan dalam ketahanan produk dan fleksibilitas pengelolaan stok, yang sangat krusial dalam meminimalisir risiko bahan baku terbuang (*waste*) pada model bisnis berbasis *pre-order* dan penjualan daring.

4) Perhitungan Bahan Baku Saus

Komponen Bahan Saus	Harga Beli (Rp)	Kapasitas (Gram/ml)	Hargaper Gram/ml
Saus Sambal	15.000	1000	15
Mayonaise	21.000	1000	21
Cabai Bubuk	14.000	250	56
Susu uht	13.600	400	34
Keju cheddar	13.000	170	76
Margarin	6.250	200	31
Minyak wijen	10.000	150	67
Nori	22.000	120	183
Saus bolognese	25.000	500	50
Lada bubuk	1.000	2	500
Bawang putih bubuk	1.000	2	500
TOTAL	**141.850**		

Tabel 2. 5 Perhitungan Bahan Baku Saus

Dalam menjalankan operasionalnya, Dimsauce menerapkan sistem manajemen stok yang efisien dimana sisa bahan baku saus dari periode berjalan dapat dimanfaatkan kembali untuk kebutuhan produksi pada bulan selanjutnya. Hal ini dimungkinkan karena sebagian besar komponen utama saus, seperti saus sambal, mayones, dan bumbu pelengkap lainnya memiliki masa kedaluwarsa yang relatif panjang dan daya simpan yang stabil jika disimpan dengan benar.

Dengan memanfaatkan sisa stok yang ada, bisnis dapat menekan pengeluaran kas pada awal bulan berikutnya, sehingga arus kas menjadi lebih fleksibel. Strategi ini tidak hanya membantu dalam meminimalisir pemborosan bahan baku (*zero*

waste), tetapi juga memastikan bahwa biaya variabel tetap terkontrol tanpa mengurangi kualitas rasa yang disajikan kepada konsumen.

5) Perhitungan HPP

Penentuan HPP yang akurat per varian produk menjadi langkah penting bagi Dimsauce dalam menetapkan harga jual yang kompetitif namun tetap profitabel. Melalui pencatatan biaya yang terperinci untuk setiap porsi, penulis dapat mengidentifikasi varian produk dengan margin tertinggi sekaligus memastikan harga yang ditawarkan kepada konsumen selaras dengan prinsip keadilan nilai. Adapun rincian perhitungan HPP untuk setiap varian menu Dimsauce disajikan pada tabel di bawah ini.

a) HPP Dimsum Original

HPP	10.054
Harga Jual	12.000
Laba	1.964
Presentase Keuntungan	16,2%

Tabel 2. 6 HPP Dimsauce Original

b) HPP Dimsum Mentai

HPP	11.244
Harga Jual	15.000
Laba	3.756
Presentase Keuntungan	25,04%

Tabel 2. 7 HPP Dimsauce Original

c) HPP Dimsum Hot Lava

HPP	10.654
Harga Jual	15.000
Laba	4.346
Presentase Keuntungan	28,9%

Tabel 2. 8 HPP Dimsauce Hot Lava

d) HPP Dimsum Carbonara

HPP	11.949
Harga Jual	15.000
Laba	3.051
Presentase Keuntungan	20,3%

Tabel 2. 9 HPP Dimsauce Hot Lava

e) HPP Dimsum Bolognese

HPP	10.729
Harga Jual	15.000
Laba	4.271
Presentase Keuntungan	28,5%

Tabel 2. 10 HPP Dimsauce Bolognese

Dimsauce mencatatkan rata-rata margin keuntungan sebesar 24,13% di seluruh penjualan produk. Pencapaian ini diperoleh dari rata-rata harga jual senilai Rp14.400 yang dikurangi dengan total beban produksi (HPP) rata-rata sebesar Rp10.926 per kemasan.

6) Cashflow

Laporan arus kas (*cash flow*) berfungsi menyajikan informasi terstruktur mengenai total penerimaan dan pengeluaran kas bisnis selama periode tertentu yang dibagi ke dalam beberapa kategori aktivitas pada kegiatan operasional, pembiayaan dan investasi. Bagi pengguna laporan keuangan, data arus kas merupakan dasar utama untuk mengevaluasi kapasitas bisnis dalam memproduksi kas beserta ketepatan pemanfaatannya. Hal inilah yang mewajibkan laporan arus kas disajikan sebagai bagian melekat pada laporan keuangan periodik. Keberadaan kas riil sangat penting untuk penanaman modal kembali untuk menghasilkan laba lanjutan. Mengingat laba pembukuan bersifat akurat dan belum tentu berbentuk tunai, nilai kas nyata di lapangan bisa saja jauh lebih besar atau justru lebih kecil daripada keuntungan yang

dilaporkan pada buku (Ichsan, 2019).

Untuk mengevaluasi kemampuan usaha dalam menghasilkan kas serta menilai efektivitas penggunaan modal kerja aktif, diperlukan sebuah ringkasan arus kas yang terstruktur. Laporan arus kas merupakan instrumen penting untuk memantau perputaran likuiditas dan kesehatan finansial Dimsauce selama periode operasional berjalan. Melalui pencatatan yang sistematis, seluruh aliran dana masuk dari hasil penjualan serta aliran dana keluar (*cash out*) untuk pengadaan bahan baku harian dapat terdokumentasi secara transparan untuk menunjukkan performa pergerakan kas riil dan saldo akhir yang terbentuk dari bulan November 2025 hingga Maret 2026.

Oktober 2025				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
05/10/25	Modal awal	2.000.000		2.000.000
10/10/25	Bensin		50.000	1.950.000
10/10/25	Pembelian alat		580.000	1.370.000
14/10/25	Pembelian packaging		118.700	
Total			**748.700**	**1.251.300**

Tabel 2. 11 Cashflow Oktober

November 2025				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
Saldo Awal				1.251.300
09/11/25	Pembelian bahan baku saus		141.850	1.109.450

09/11/25	Pembelian dimsum		325.000	784.450
09/11/25	Listrik dan internet		85.000	699.450
10/11/25	Bensin		15.000	684.450
10/11/25	Penjualan	27.000		711.450
11/11/25	Penjualan	42.000		753.450
12/11/25	Penjualan	12.000		765.450
13/11/25	Penjualan	30.000		795.450
14/11/25	Penjualan	42.000		837.450
15/11/25	Penjualan	15.000		852.450
17/11/25	Penjualan	114.000		966.450
18/11/25	Penjualan	27.000		993.450
19/11/25	Penjualan	57.000		1.050.450
20/11/25	Penjualan	30.000		1.080.450
23/11/25	Restock dimsum		215.000	865.450
23/11/25	Penjualan	120.000		985.450
24/11/25	Penjualan	54.000		1.039.450
25/11/25	Penjualan	15.000		1.054.450
26/11/25	Penjualan	15.000		1.069.450
28/11/25	Penjualan	27.000		1.096.450
Total Penjualan November		627.000		
Total Biaya Operasional November			781.850	
Saldo Akhir November				1.096.450

Tabel 2. 12 Cashflow November

Melalui tabel laporan arus kas (*cash flow*) di atas, perputaran dana operasional Dimsauce pada periode November 2025 menunjukkan kondisi likuiditas yang sehat dan terkendali. Aktivitas keuangan bulan ini ditopang oleh saldo awal sebesar

Rp1.251.300 yang merupakan sisa modal kerja tunai dari bulan Oktober setelah dialokasikan untuk investasi aset tetap operasional dan persediaan kemasan awal.

Transaksi selama November 2025 berhasil mengumpulkan arus kas masuk dari omset penjualan secara kumulatif sebesar Rp627.000. Di sisi lain, akumulasi arus kas keluar untuk mendanai kebutuhan operasional riil tercatat sebesar Rp781.850. Dana tersebut diserap secara transparan untuk pengadaan bahan baku saus, pasokan produk dimsum beserta biaya *restock*-nya, beban utilitas tunai (listrik dan internet) senilai Rp85.000, serta akomodasi bensin sebesar Rp15.000.

Terjadinya selisih pengeluaran yang lebih tinggi daripada omset bulanan murni dipicu oleh pemenuhan restock bahan baku dalam kuantitas besar di awal masa produksi. Meskipun demikian, posisi keuangan Dimsauce secara menyeluruh terbukti tetap aman dari risiko defisit dana karena ditopang oleh cadangan sisa modal pra-operasi, sehingga Saldo Akhir Kas November konsisten positif di angka Rp1.096.450

Desember 2025				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
	Saldo Awal			1.096.450
06/12/25	Bensin		15.000	1.081.450,00
07/12/25	Pembelian bahan baku saus		41.100	1.040.350,00
07/12/25	Pembelian dimsum		325.000	715.350
09/12/25	Pembayaran listrik dan internet		85.000	630.350

11/12/25	Penjualan	72.000		702.350
17/12/25	Penjualan	216.000		918.350
18/12/25	Penjualan	75.000		993.350
22/12/25	Penjualan	54.000		1.047.350
22/12/25	Bensin		10.000	1.037.350
23/12/25	Penjualan	45.000		1.082.350
25/12/25	Penjualan	72.000		1.154.350
28/12/25	Penjualan	45.000		1.199.350
Total Penjualan Desember		579.000		
Total Biaya Operasional Desember			476.100	
Saldo Akhir Desember				*1.199.350*

Tabel 2. 13 Cashflow Desember

Analisis terhadap mutasi arus kas Dimsauce menunjukkan adanya operasional yang kuat antara akhir periode November dan siklus Desember 2025. Laporan pembukuan Desember mengandalkan saldo pindahan senilai Rp1.096.450 sebagai fondasi modal kerja awal. Sepanjang bulan berjalan, transaksi penjualan yang konsisten berhasil menyerap aliran kas masuk dari omset pendapatan tunai sebesar Rp579.000.

Karakteristik yang paling menonjol pada bulan Desember 2025 adalah penurunan beban kas keluar secara signifikan untuk pengadaan bahan. Kejadian keuangan ini terjadi karena implementasi strategi *inventory control* yang efektif, dimana sisa komoditas hasil pembelanjaan skala besar di bulan November dimanfaatkan kembali untuk menopang produksi harian. Langkah pemanfaatan sisa stok ini terbukti meminimalkan pengeluaran modal kerja tunai tanpa mengorbankan kapasitas pasokan barang di pasar.

Melalui sinkronisasi omset yang stabil dan penekanan biaya pengadaan, posisi keuangan perusahaan terhindar dari risiko pengetatan arus kas. Struktur pembukuan ditutup dengan capaian saldo akhir kas Desember yang surplus dan likuid dan

membuktikan bahwa Dimsauce memiliki tata kelola perputaran persediaan yang matang, efisien, dan bernilai guna tinggi bagi keberlanjutan bisnis.

Januari 2026				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
	Saldo Awal			1.199.350
01/01/26	Bensin		25.000	1.174.350
01/01/26	Restock dimsum		215.000	959.350
01/01/26	Pembelian bahan baku saus		15.000	944.350
01/01/26	Pembelian packaging		50.400	893.950
01/01/26	Penjualan	84.000		977.950
05/01/26	Penjualan	75.000		1.052.950
08/01/26	Penjualan	105.000		1.157.950
09/01/26	Pembayaran listrik dan internet		85.000	1.072.950
11/01/26	Penjualan	30.000		1.102.950
12/01/26	Penjualan	42.000		1.144.950
13/01/26	Penjualan	30.000		1.174.950
15/01/26	Penjualan	42.000		1.216.950
16/01/26	Penjualan	45.000		1.261.950
Total Penjualan Januari		453.000		
Total Biaya Operasional Januari			390.400	
Saldo Akhir Januari				1.261.950

Tabel 2. 14 Cashflow Januari

Tinjauan berkala terhadap arus kas Dimsauce pada periode Januari 2026 mengonfirmasi berjalannya tata kelola modal yang sehat, meskipun dihadapkan pada fluktuasi volume penjualan. Mengawali awal bulan berjalan, dengan saldo awal senilai Rp1.199.350 sebagai fondasi ekuitas kas awal operasional. Aktivitas bisnis kemudian berhasil mengumpulkan aliran kas masuk dari omset pendapatan tunai sebesar Rp453.000. Di sisi lain, realisasi kas keluar tercatat sebesar Rp390.400 yang dialokasikan untuk penambahan stok dimsum baru Rp215.000, pengadaan bahan saus Rp15.000, wadah pengemasan Rp50.400, serta pemenuhan beban tetap senilai Rp85.000. Mutasi dana pada periode ini memperlihatkan adanya penurunan hasil penjualan jika dikomparasikan dengan pencapaian periode Desember sebesar Rp579.000. Penurunan omset tersebut secara otomatis mempersempit jarak atau margin antara pendapatan operasional dengan pengeluaran kas bulanan. Dinamika penipisan kas masuk ini dipicu oleh fenomena siklus pasar musiman (*market seasonality*), di mana aktivitas konsumsi pelanggan cenderung mengalami normalisasi atau pasca fase liburan akhir tahun.

Walaupun laju pemakaian dana operasional tunai hampir mendekati total omset yang diperoleh akibat belanja persediaan ulang, struktur keuangan bisnis dinilai tetap kokoh. Ketersediaan dana cadangan dari bulan sebelumnya dapat mengompensasi kebutuhan kas secara optimal sehingga posisi saldo akhir kas Januari tetap bertahan pada zona surplus yang aman.

Februari 2026				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
	Saldo Awal			1.261.950
01/02/26	Bensin		15.000	1.246.950

01/02/26	Pembelian bahan baku saus		62.600	1.184.350
01/02/26	Restock dimsum		325.000	859.350
02/02/26	Pembelian packaging besar dan piring kecil		3.000	856.350
03/02/26	Pembelian Gas		25.000	831.350
03/02/26	Penjualan	216.000		1.047.350
04/02/26	Penjualan	72.000		1.119.350
08/02/26	Penjualan	75.000		1.194.350
09/02/26	Pembayaran listrik dan internet		85.000	1.109.350
11/02/26	Penjualan	87.000		1.196.350
15/02/26	Penjualan	30.000		1.226.350
16/02/26	Penjualan	30.000		1.256.350
19/02/26	Penjualan	45.000		1.301.350
Total Penjualan Februari		555.000		
Total Biaya Operasional Februari			515.600	
Saldo Akhir Februari				1.301.350

Tabel 2. 15 Cashflow Februari

Melihat pada tabel laporan keuangan berjalan, alur arus kas Dimsauce pada periode Februari 2026 mencerminkan adanya tren penguatan pendapatan yang diimbangi oleh manajemen persediaan untuk bulan-bulan berikutnya. Laporan keuangan bulan berjalan dengan saldo pindahan senilai Rp1.261.950 sebagai

komponen likuiditas awal. Melalui optimalisasi penetrasi pasar, Dimsauce sukses mencatatkan pemulihan omset pendapatan tunai secara kumulatif sebesar Rp555.000, memperlihatkan grafik kenaikan jika dibandingkan performa Januari yang berada di angka Rp453.000.

Karakteristik pembukuan Februari diwarnai oleh pengetatan margin kas bulanan akibat lonjakan arus kas keluar yang menyentuh angka Rp515.600. Fenomena menipisnya selisih kas ini terjadi murni karena bisnis melakukan pembelian stok logistik di awal periode yang mencakup pengadaan produk dimsum Rp325.000, bahan baku saus penunjang Rp62.600, perlengkapan wadah saji Rp3.000, pengadaan bahan bakar gas Rp25.000, akomodasi bensin, serta beban tetap sebesar Rp85.000.

Meskipun laju penyerapan kas untuk pemenuhan modal kerja terhitung tinggi dan menyisakan margin operasional berjalan yang tipis, posisi finansial makro perusahaan dinilai tetap berada pada zona aman. Sisa saldo kas dari bulan-bulan sebelumnya sukses mengompensasi beban belanja operasional tersebut secara optimal, sehingga saldo akhir kas pada akhir Februari ditutup surplus sebesar Rp1.301.350. Hasil akhir ini memvalidasi efektivitas pengendalian kas dalam menyokong stabilitas bisnis jangka panjang.

Maret 2026				
Tanggal	**Keterangan**	**Arus Kas Masuk**	**Arus Kas Keluar**	**Saldo Kas**
	Saldo Awal			1.301.350
02/03/26	Restock dimsum		540.000	761.350
02/03/26	Pembelian bahan baku saus		45.600	715.750

02/03/26	Restock packaging dan sumpit		15.000	700.750
02/03/26	Bensin		25.000	675.750
03/03/26	Penjualan	426.000		1.101.750
04/03/26	Penjualan	72.000		1.173.750
05/03/26	Penjualan	210.000		1.383.750
06/03/26	Penjualan	267.000		1.650.750
07/03/26	Penjualan	30.000		1.680.750
09/03/26	Pembayaran listrik dan internet		85.000	1.595.750
Total Penjualan Maret		1.005.000		
Total Biaya Operasional Maret			710.600	
Saldo Akhir Maret				1.595.750

Tabel 2. 16 Cashflow Maret

Evaluasi terhadap perputaran dana Dimsauce sepanjang periode bisnis berjalan, menyajikan pembuktian nyata mengenai peningkatan performa bisnis yang signifikan. Karakteristik finansial pada bulan penutupan laporan ini diwarnai oleh realisasi kas keluar operasional yang cukup tinggi, yaitu sebesar Rp710.600. Lonjakan pengeluaran modal kerja tersebut terserap secara transparan di awal periode guna mendanai pengadaan bahan baku utama serta komponen penunjang. Alokasi dana ini mencakup belanja pasokan unit dimsum baru senilai Rp540.000, racikan bahan saus Rp45.600, penyediaan kemasan pelengkap dan sumpit Rp15.000, akomodasi transportasi Rp25.000, serta pemenuhan biaya beban tetap bulanan internet dan listrik sebesar Rp85.000.

Kebijakan penekanan biaya pengadaan yang terukur mampu diimbangi oleh produktivitas pendapatan tunai harian, sehingga

bisnis sukses mengunci tingkat likuiditas umum pada posisi yang sangat aman. Struktur pembukuan ini ditutup dengan capaian saldo akhir kas Maret yang surplus di angka Rp1.595.750. Tren pertumbuhan yang konsisten ini memvalidasi bahwa perencanaan arus kas dan tata kelola perputaran barang dagang Dimsauce dikelola berdasarkan asas efisiensi ekonomi yang matang serta akuntabel.

7) Analisis Volume Penjualan

Berikut adalah rincian jumlah porsi yang terjual berdasarkan varian menu Dimsauce selama periode November 2025 hingga Maret 2026.

No.	Varian Dimsum	November	Desember	Januari	Februari	Maret
1.	Original	11	7	4	5	25
2.	Mentai	9	6	9	6	21
3.	Hot Lava	8	9	11	11	11
4.	Carbonara	10	13	2	14	9
5.	Bolognese	6	5	5	2	6
Total Porsi		**44**	**40**	**31**	**38**	**72**

Tabel 2. 17 Analisis Volume Penjualan

Penurunan volume penjualan disebabkan oleh keterbatasan alokasi waktu operasional penulis. Hal ini dikarenakan adanya fokus kegiatan pada Program Magang Mahasiswa, sehingga aktivitas pemasaran dan ketersediaan waktu untuk sistem *pre-order* menjadi terbatas dibandingkan bulan-bulan sebelumnya. Terdapat korelasi yang kuat antara volume penjualan dengan margin keuntungan bersih yang dihasilkan.

8) Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi (*income statement*) merupakan laporan keuangan yang menggambarkan capaian kinerja keuangan

sebuah perusahaan dalam satu siklus akuntansi. Di dalamnya termuat informasi terstruktur mengenai total biaya operasional yang dikeluarkan serta perolehan keuntungan bersih yang diraih. Laporan ini memegang peran penting dalam mendeteksi kondisi dan progresivitas usaha untuk memastikan apakah bisnis berada dalam posisi menghasilkan profit atau sedang menghadapi kerugian (Ichsan, 2019).

Berdasarkan hasil operasional usaha *Dimsauce* selama periode November 2025 hingga Maret 2026, diperoleh data laporan laba rugi bulanan sebagai gambaran performa keuangan bisnis. Laporan ini mencakup rincian pendapatan, HPP, serta beban operasional yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas usaha.

Keterangan	HPP	November	Desember	Januari	Februari	Maret
1. Rincian Penjualan (Porsi)						
- Original	10.054	11	7	4	5	25
- Mentai	11.244	9	6	9	6	21
- Hot Lava	10.654	8	9	11	11	11
- Carbonara	11.949	10	13	2	14	9
- Bolognese	10.729	6	5	5	2	6
TOTAL PORSI		44	40	31	38	72
TOTAL HPP		480.886	442.710	336.149	423.672	776.583
2. Perhitungan Keuangan						
Pendapatan Total		627.000	579.000	453.000	555.000	1.005.000
HPPTotal (Bahan Baku)		**480.886**	**442.710**	**336.149**	**423.672**	**776.583**

LABA KOTOR	**146.114**	**136.290**	**116.851**	**131.328**	**228.417**
Beban Tetap (Listrik&Internet)	85.000	85.000	85.000	85.000	85.000
Total Beban Operasional (Bensin)	**15.000**	**20.000**	**15.000**	**15.000**	**25.000**
Beban Penyusutan	**11.841**	**11.841**	**11.841**	**11.841**	**11.841**
Beban Gas	**10.000**	**10.000**	**10.000**	**10.000**	**10.000**
LABA BERSIH	**24.273**	**9.449**	**-4.990**	**9.487**	**96.576**
Net Profit Margin	**3,87%**	**1,63%**	**-1,10%**	**1,71%**	**9,61%**

Tabel 2. 18 Laporan Laba Rugi

Tinjauan berkala terhadap fluktuasi pencapaian margin laba kotor Dimsauce mengonfirmasi adanya keterkaitan struktural antara stabilitas omset penjualan tunai dengan pembebanan biaya operasional tetap (*fixed cost*). Pada awal operasional bisnis di bulan November 2025, bisnis berhasil membukukan laba kotor sebesar Rp146.114. Nilai tersebut kemudian mengalami penyesuaian menjadi Rp136.340 pada periode Desember 2025, yang dipengaruhi oleh dinamika fluktuasi permintaan pasar harian di lapangan.

Hambatan profitabilitas yang cukup signifikan mulai terlihat pada periode Januari 2026, dimana laba bersih bergerak ke titik terendah hingga menyentuh angka defisit sebesar -Rp4.990. Defisit atau kondisi rugi bersih bulanan ini dipicu secara murni oleh penurunan volume pendapatan penjualan total yang merosot ke angka Rp453.000. Di sisi lain, pengeluaran operasional tetap seperti beban listrik dan internet sebesar Rp85.000 serta beban penyusutan aset sebesar Rp11.841 harus tetap dipenuhi secara penuh oleh unit usaha tanpa bergantung pada besar kecilnya

volume penjualan harian.

Kondisi finansial internal Dimsauce terbukti mampu melakukan pemulihan secara cepat pada bulan Februari 2026, ditandai oleh perolehan laba kotor yang merangkak naik kembali ke posisi Rp131.328. Tren penguatan bisnis ini mencapai puncaknya pada penutupan di bulan Maret 2026, dimana margin keuntungan kotor melesat hingga menyentuh rekor tertinggi sebesar Rp228.417. Lonjakan profit yang masif di akhir kuartal tersebut berhasil terealisasi berkat pencapaian volume penjualan berskala besar yang secara efektif mampu menekan dampak rasio beban operasional terhadap total pendapatan. Fluktuasi nilai *Net Profit Margin* (NPM) yang mampu berbalik ke zona positif sebesar 9,61% di akhir periode membuktikan bahwa strategi penetapan harga serta manajemen biaya Dimsauce sangat tangguh dan aman dari risiko kerugian struktural jangka panjang.

9) Laporan Arus Kas

Keterangan	Jumlah (Rp)
A. Arus Kas dari Kegiatan Operasional	
Penerimaan Kas dari Penjualan	3.219.000
Total Penerimaan kas	3.219.000
Biaya Operasional	(3.025.000)
Total Arus Kegiatan Operasional	194.000
B. Arus Kas dari Kegiatan Investasi	
Pembelian Aset Peralatan Kerja	(580.000)
Total Arus Kegiatan Investasi	(580.000)
C. Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan	
Modal Awal	2.000.000

Total Arus Kegiatan Pendanaan	2.000.000
Kenaikan Kas Bersih	1.614.000
Saldo Kas Akhir	1.614.000

Tabel 2. 19 Laporan Arus Kas

Saldo Kas Akhir = 5.219.000 - 3.605.000

Saldo Kas Akhir = 1.614.000

Evaluasi terhadap struktur laporan arus kas, Dimsauce menegaskan adanya sirkulasi keuangan yang sehat, seimbang, dan memiliki tingkat likuiditas yang aman. Penyusunan laporan yang mengacu pada pembagian tiga aktivitas utama ini menunjukkan bahwa kegiatan operasional harian mampu memberikan arus kas masuk bersih positif sebesar Rp194.000, yang mengonfirmasi bahwa hasil penjualan produk secara riil sanggup menutupi total pengeluaran beban tunai operasional unit usaha.

Pada aspek pengelolaan modal kerja, penyetoran modal awal tunai dari pemilik sebesar Rp2.000.000 memiliki peran strategis sebagai fondasi pengaman finansial. Dana pendanaan tersebut secara efektif mampu mendanai aktivitas investasi aset berupa pengadaan peralatan produksi awal sebesar Rp580.000 pada fase pra-operasi tanpa mengganggu stabilitas likuiditas harian. Integrasi yang solid antara perolehan keuntungan tunai operasional dengan sisa cadangan modal kerja awal ini menghasilkan akumulasi saldo kas akhir yang kuat sebesar Rp1.614.000 pada penutupan periode Maret. Nilai sisa kas yang substansial ini memvalidasi bahwa Dimsauce berada dalam posisi finansial yang likuid dan bebas dari risiko defisit dana jangka pendek.

10) Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan atau depresiasi merupakan alokasi biaya investasi aset tetap sebuah bisnis secara periodik di setiap tahun

selama masa umur ekonomisnya. Mekanisme ini diterapkan untuk memastikan bahwa biaya operasional yang disajikan dalam laporan laba rugi tahunan telah secara akurat mencerminkan representasi beban modal yang dikonsumsi selama periode berjalan.

Ditinjau dari aspek pelaporannya, biaya penyusutan tidak diposisikan sebagai pengurang langsung atas penerimaan bisnis di dalam pos neraca. Nilai penyusutan ini justru diakumulasikan kembali bersama perolehan laba untuk dimasukkan ke dalam kas masuk (*cash flow*) atau keuntungan bersih tahunan proyek. (Ichsan, 2019).

Nama Peralatan	**Harga**	**Umur Ekonomis (Bulan)**	**Penyusutan/Bulan**
Kompor	150.000	60	2.500
Tabung Gas	150.000	120	1.250
Regulator	125.000	48	2.604
Kukusan Bambu	45.000	12	3.750
Nampan Stainles	10.500	24	438
Thinwall 5 pcs	10.000	12	833
Sendok Stainles	10.000	36	278
Capitan Stainles	4.500	24	188
TOTAL			**11.841**

Tabel 2. 20 Biaya Penyusutan

Dimsauce mengalokasikan beban penyusutan sebesar Rp11.841 setiap bulannya. Penghitungan ini menggunakan

metode garis lurus yang diterapkan pada seluruh inventaris operasional, mulai dari aset utama dengan durasi pemakaian panjang hingga peralatan pendukung kecil.

11) Fixed Cost

Biaya tetap atau *fixed cost* adalah seluruh pengeluaran bisnis yang jumlahnya tidak bergantung pada jumlah produksi atau penjualan dalam satu tahun (satu satuan waktu) (Ichsan, 2019).

Dalam konteks tata kelola finansial Dimsauce, jenis pembiayaan ini bersifat wajib untuk dipenuhi secara berkala guna menjamin keberlangsungan aktivitas operasional harian terlepas dari fluktuasi omset penjualan di pasar.

Listrik	50.000
Internet	35.000
TOTAL	**85.000**

Tabel 2. 21 Fixed Cost

Berdasarkan hasil identifikasi beban usaha, bisnis Dimsauce menetapkan alokasi total biaya tetap (*fixed cost*) sebesar Rp85.000 per bulan. Struktur biaya berkala ini secara spesifik mencakup pemenuhan daya listrik tempat usaha senilai Rp50.000 serta pengadaan kuota internet untuk menunjang aktivitas pemasaran digital sebesar Rp35.000. Pengendalian nilai pengeluaran tetap yang berada di bawah ambang batas Rp85.000 ini merefleksikan adanya efisiensi biaya operasional yang optimal sehingga mempermudah manajemen Dimsauce dalam mengamankan posisi titik impas (*break-even point*) pada setiap siklus penjualan.

12) Variabel Cost

Biaya variable atau *variable cost* merupakan biaya yang besar kecilnya selaras dengan perkembangan produksi atau penjualan

setiap tahun (satu satuan waktu). Nilainya berfluktuasi secara dinamis menyelaraskan naik-turunnya kapasitas output bisnis atau angka penjualan di setiap periodenya. Salah satu contoh utamanya adalah biaya bahan baku yang mencakup penyediaan bahan mentah maupun bahan setengah jadi yang dibutuhkan secara langsung untuk diolah dalam proses produksi (Ichsan, 2019).

Bahan Baku Utama Dimsum 150 pcs	325.000
Bahan Baku Saus Stock 500 gr	141.850
Packaging dan Pelengkap 100 pcs	117.800
Bensin (rata-rata perbulan)	18.000
Gas	25.000
TOTAL	**627.650**

Tabel 2. 22 Variabel Cost

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa total biaya variabel yang diserap oleh Dimsauce untuk satu kali siklus stok operasional adalah sebesar Rp627.650. Komponen pembiayaan ini didominasi oleh pengadaan bahan baku utama dimsum dan saus, serta dilengkapi oleh biaya pendukung seperti *packaging*, alokasi bensin untuk transportasi belanja, dan penggunaan gas untuk proses pengukusan. Pemetaan komponen variabel dalam struktur ini memberikan fleksibilitas bagi penulis dalam mengelola arus kas, di mana pengeluaran operasional akan selalu bergerak sebanding dengan kapasitas *output* bisnis dan dinamika permintaan pasar.

13) Total Cost

Biaya total atau *total cost* merupakan seluruh akumulasi pembiayaan yang dikeluarkan oleh unit usaha, yang didapat dari penggabungan total biaya tetap (*fixed cost*) dan total biaya

variabel (*variable cost*) dalam satu siklus operasional yang sama. Perhitungan ini berfungsi sebagai acuan utama bagi manajemen Dimsauce untuk melihat seberapa besar modal keseluruhan yang terserap dalam satu kali proses produksi.

Berdasarkan penggabungan data pembiayaan tetap bulanan dan biaya variabel untuk kapasitas produksi 150 pcs dimsum, maka struktur *total cost* Dimsauce dapat dijabarkan sebagai berikut.

Fixed Cost	85.000
Variabel Cost	627.650
TOTAL	**712.650**

Tabel 2. 23 Total Cost

Berdasarkan rincian tabel di atas, total biaya yang dibutuhkan oleh Dimsauce untuk menjalankan satu siklus operasional produksi lengkap adalah sebesar Rp712.650. Angka ini didapat melalui kalkulasi formula matematika sebagai berikut.

Total Cost = Fixed Cost + Variabel Cost
Total Cost = 85.000 + 627.650 = 712.650

Melalui pemetaan *total cost* sebesar Rp712.650 ini, penulis dapat melakukan kontrol keuangan yang lebih ketat serta menjadikannya sebagai fondasi dasar dalam menentukan target penjualan minimum agar bisnis tidak mengalami kerugian.

14) Biaya Produksi Dimsum Original

Keterangan	**Jumlah**	**Harga/Satuan**	**Jumlah Kebutuhan**	**Harga Total**
Bahan Baku				

Dimsum (150)	325.000	2.167	4 pcs	8.667
Total				**8.667**
Biaya Kemasan				
Box	40.000	400	1 pcs	400
Paperbag	44.800	448	1 pcs	448
Sticker	3.000	30	1 pcs	30
Cup Saus	20.000	200	1 pcs	200
Total				**1.078**
Alat Makan				
Sumpit	10.000	100	1 set	100
Total				**100**
Biaya Pendukung				
Gas	25.000		7,5 Menit	208
Total				**208**
Total Biaya Produksi				**10.054**

Tabel 2. 24 Biaya Produksi Dimsauce Original

Pada tabel perhtiungan biaya produksi di atas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk satu pack produksi dimsauce original. Untuk satu pcs dimsauce original dibutuhkan biaya sebesar Rp10.054.

15) Biaya Produksi Dimsum Mentai

Keterangan	**Jumlah**	**Harga/Satuan**	**Jumlah Kebutuhan**	**Harga Total**
Bahan Baku				
Dimsum (150)	325.000	2.167	4 pcs	8.667
Saus Sambal	15.000	15	6 gr	90
Mayonaise	21.000	21	29 gr	609

Bubuk Cabai	14.000	56	1,2 gr	67
Nori	22.000	183	2,5 gr	458
Total				**9.981**
Biaya Kemasan				
Box	40.000	400	1 pcs	400
Paperbag	44.800	448	1 pcs	448
Sticker	3.000	30	1 pcs	30
Cup Saos	20.000	200	0 pcs	
Total				**878**
Alat Makan				
Sumpit	10.000	100	1 set	100
Total				**100**
Biaya Pendukung				
Gas	25.000		7,5 Menit	208
Torch	10.000			167
Total				**375**
Total Biaya Produksi				**11.244**

Tabel 2. 25 Biaya Produksi Dimsauce Mentai

Pada tabel perhtiungan biaya produksi di atas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk satu pack produksi dimsauce mentai. Untuk satu pack dimsauce mentai dibutuhkan biaya sebesar Rp 11.244.

16) Biaya Produksi Dimsum Carbonara

Keterangan	Jumlah	Harga/Satuan	Jumlah Kebutuhan	Harga Total
Bahan Baku				
Dimsum (150)	325.000	2.167	4 pcs	8.667
Susu UHT	13.600	34	24,5 ml	833

Keju	13.000	76	6 gr	456
Margarin	6.250	31	2 gr	62
Lada Bubuk	1.000	500	0,2 gr	100
Bawang Putih	1.000	500	0,2 gr	100
Nori	22.000	183	2,5 gr	458
Total				**9.981**
Biaya Kemasan				
Box	40.000	400	1 pcs	400
Paperbag	44.800	448	1 pcs	448
Sticker	3.000	30	1 pcs	30
Cup Saus	20.000	200	0 pcs	
Total				**878**
Alat Makan				
Sumpit	10.000	100	1 set	100
Total				**100**
Biaya Pendukung				
Gas	25.000		7,5 Menit	208
Torch	10.000			167
Total				**375**
Total Biaya Produksi				**11.949**

Tabel 2. 26 Biaya Produksi Dimsauce Carbonara

Pada tabel perhtiungan biaya produksi di atas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk satu pack produksi dimsauce carbonara. Untuk satu pack dimsauce carbonara dibutuhkan biaya sebesar Rp 11.949.

17) Biaya Produksi Dimsum Bolognese

Keterangan	**Jumlah**	**Harga/Satuan**	**Jumlah Kebutuhan**	**Harga Total**
Bahan Baku				

Dimsum (150)	325.000	2.167	4 pcs	8.667
Saus bolognese	25.000	50	35 gr	1.750
Total				**10.417**
Biaya Kemasan				
Box	40.000	400	1 pcs	400
Paperbag	44.800	448	1 pcs	448
Sticker	3.000	30	1 pcs	30
Cup Saus	20.000	200	1 pcs	
Total				
Alat Makan				
Sumpit	10.000	100	1 set	100
Total				100
Biaya Pendukung				
Gas	25.000		7,5 Menit	208
Total				**208**
Total Biaya Produksi				**10.729**

Tabel 2. 27 Biaya Produksi Dimsauce Bolognese

Pada tabel perhtiungan biaya produksi di atas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk satu pack produksi dimsauce bolognese. Untuk satu pack dimsauce bolognese dibutuhkan biaya sebesar Rp 10.729.

18) Biaya Produksi Dimsum Hot Lava

Keterangan	**Jumlah**	**Harga/Satuan**	**Jumlah Kebutuhan**	**Harga Total**
Bahan Baku				
Dimsum (150)	325.000	2.167	4 pcs	8.667

Saus Sambal	15.000	15	24,5 gr	368
Bubuk Cabai	14.000	56	3,5 gr	196
Minyak Wijen	10.000	67	67,4 ml	236
Total				**9.467**
Biaya Kemasan				
Box	40.000	400	1 pcs	400
Paperbag	44.800	448	1 pcs	448
Sticker	3.000	30	1 pcs	30
Cup Saos	20.000	200	0 pcs	
Total				**878**
Alat Makan				
Sumpit	10.000	100	1 set	100
Total				**100**
Biaya Pendukung				
Gas	25.000		7,5 Menit	208
Total				**375**
Total Biaya Produksi				**10.654**

Tabel 2. 28 Biaya Produksi Dimsauce Hot Lava

Pada tabel perhtiungan biaya produksi di atas merupakan biaya yang dikeluarkan untuk satu pack produksi dimsauce hot lava. Untuk satu pack dimsauce hot lava dibutuhkan biaya sebesar Rp 10.654.

19) *Break Even Point* (BEP)

Titik impas atau *Break-Even Point* (BEP) merupakan suatu kondisi dimana posisi keuangan bisnis berada pada titik keseimbangan, yaitu total pendapatan yang diterima setara dengan total biaya yang dikeluarkan. Apabila durasi untuk mencapai BEP ini semakin panjang, maka akumulasi saldo

kerugian yang ditanggung bisnis akan semakin besar karena perolehan keuntungan awal masih harus dialokasikan penuh untuk memulihkan seluruh biaya operasional. Dalam manajemen operasional, perhitungan analisis BEP ini difungsikan untuk menentukan target kuantitas minimal penjualan produk agar bisnis mampu beroperasi tanpa mengalami kerugian finansial dan menghitung standar harga jual terendah yang dapat diaplikasikan pada produk agar seluruh biaya modal dapat tertutupi (Ichsan, 2019).

Analisis BEP atau titik impas dilakukan untuk mengetahui batas minimum volume penjualan dan pendapatan yang harus dicapai agar Dimsauce tidak mengalami kerugian sekaligus berada dalam kondisi tidak memperoleh laba.

Melalui perhitungan BEP, penulis dapat menetapkan target penjualan harian dan bulanan secara lebih terukur. Adapun rincian perhitungan dan ringkasan nilai titik impas untuk produk Dimsauce.

Varian Produk	Harga Jual	HPP	Margin per unit	BEP Unit
Original	12.000	10.054	1.946	**44 Pack**
Mentai	15.000	11.244	3.756	**23 Pack**
Carbonara	15.000	11.949	3.051	**28 Pack**
Hot Lava	15.000	10.654	4.346	**20 Pack**
Bolognese	15.000	10.729	4.271	**20 Pack**

Tabel 2. 29 Break Even Point

$$BEP\ Unit = \frac{Biaya\ Tetap}{Harga\ Jual - Biaya\ Variabel\ (HPP)}$$

Berdasarkan hasil perbandingan antara target ambang batas minimal dan realisasi volume penjualan pada tabel rekapitulasi, dapat disimpulkan bahwa titik impas bisnis Dimsauce telah

tercapai sejak bulan pertama operasional berjalan, yaitu pada bulan November. Keberhasilan pencapaian titik impas pada bulan November dengan total penjualan kolektif sebanyak 44 porsi didorong oleh tingginya antusiasme pasar terhadap varian Original dan Mentai yang langsung menyerap seluruh beban pembiayaan tetap tunai bulanan sebesar Rp85.000. Memasuki bulan Desember, performa penjualan tetap bertahan stabil di atas garis aman dengan membukukan transaksi sebesar 40 porsi.

Meskipun pada bulan Januari volume penjualan mengalami kontraksi atau penurunan ke titik terendah yaitu sebanyak 31 porsi akibat dinamika pasar, posisi keuangan Dimsauce secara akumulatif dinilai tetap aman dan berada pada zona profit. Hal ini dikarenakan margin yang dihasilkan dari varian dengan harga jual lebih tinggi seperti Mentai dan Carbonara mampu menutupi kekurangan volume unit secara efektif.

Selanjutnya, grafik pemulihan modal kembali menunjukkan tren penguatan yang signifikan pada bulan Februari dengan penjualan sebanyak 38 porsi, hingga mencapai puncaknya pada bulan Maret dengan lonjakan volume sebesar 72 porsi. Dengan demikian, laporan evaluasi ini menegaskan bahwa tingkat produktivitas Dimsauce secara konsisten dan layak, dimana target BEP tidak hanya sekadar tercapai, namun telah berhasil dilampaui dengan sangat baik pada setiap siklus bulanan operasionalnya.

20) Payback Period

Dalam manajemen keuangan, metode *payback period* digunakan untuk menghitung masa pengembalian modal. Fokus utamanya ini adalah aspek waktu, yaitu menghitung tahun atau bulan yang dibutuhkan agar nilai investasi mula-mula nilainya menjadi sama dengan total penerimaan kas bersih (*cash inflows*) yang masuk ke dalam bisnis (Ichsan, 2019).

Pengukuran indikator ini sangat penting bagi manajemen

Dimsauce untuk menilai tingkat risiko investasi, mengukur likuiditas unit usaha, serta mengetahui seberapa cepat modal kerja kelompok dapat berputar kembali secara utuh.

Berdasarkan catatan laporan keuangan riil unit bisnis Dimsauce, modal investasi awal yang dialokasikan khusus untuk pengadaan aset tetap (berupa peralatan produksi operasional seperti kompor, kukusan, wadah, dan alat penunjang lainnya) adalah sebesar Rp580.000. Sementara itu, total laba bersih akumulatif yang berhasil dikumpulkan selama 5 bulan beroperasi (November sampai Maret) setelah dikurangi seluruh beban pokok penjualan, beban operasional harian, bensin, gas, biaya tetap tunai, hingga beban penyusutan adalah sebesar Rp134.795, dengan nilai rata-rata laba bersih bulanan mencapai **Rp26.959**.

Untuk menentukan durasi masa pengembalian modal investasi secara presisi, seluruh komponen variabel di atas disubstitusikan ke dalam formula standar akuntansi keuangan berikut ini.

Komponen Analisis	Nilai
Total Investasi	580.000
Total Laba Bersih	134.795
Rata-Rata Laba Bersih	26.959
Payback Period	21,51 Bulan

Tabel 2. 30 Payback Period

$$\text{PP} = \frac{Total\ Investasi\ Terpakai}{Rata - Rata\ Arus\ Keuntungan\ \ Bersih\ Bulanan}$$

$$PP = \frac{580.000}{26.959} = 21{,}51\ BULAN$$

Berdasarkan kalkulasi dengan rumus di atas, diperoleh indikator *payback period* untuk bisnis Dimsauce sebesar 21,51 bulan (atau setara dengan 1 tahun 9 bulan). Masa pengembalian

modal yang menyentuh angka 21,51 bulan ini disebabkan oleh performa laba bersih pada 4 bulan awal rintisan (November hingga Februari) yang cenderung ketat, bahkan sempat mengalami minus sebesar -Rp4.990 pada bulan Januari akibat tingginya alokasi biaya operasional di lapangan. Kondisi naik-turun keuangan ini merupakan hal yang sangat wajar dan normal terjadi pada fase awal perintisan sebuah bisnis kuliner mikro.

Namun, apabila melihat perkembangan pesat pada bulan Maret, dimana laba bersih melonjak tajam mencapai Rp96.576 hanya dalam satu bulan. Maka, durasi pengembalian modal ini diperkirakan akan berjalan jauh lebih cepat di masa depan. Jika tren penjualan tinggi pada bulan Maret tersebut dapat terus dipertahankan secara konsisten pada bulan-bulan berikutnya, maka modal investasi peralatan akan kembali dalam waktu yang jauh lebih singkat dari estimasi rata-rata Riwayat saat ini. Kesimpulannya, bisnis Dimsauce memiliki prospek keuangan yang baik dan layak (*feasible*) untuk terus dijalankan.

21) *Return on Investment* (ROI)

Metode *Return on Investment* (ROI) digunakan untuk menghitung persentase keuntungan finansial suatu proyek dengan membandingkan nilai manfaat yang didapat terhadap total biaya modalnya (Ichsan, 2019). Analisis ROI ini berfungsi sebagai indikator bagi manajemen Dimsauce untuk mengetahui seberapa produktif modal investasi peralatan dalam menghasilkan keuntungan bersih bagi usaha.

Berdasarkan data laporan keuangan riil Dimsauce, total alokasi modal investasi awal untuk pengadaan aset tetap peralatan produksi adalah sebesar Rp580.000. Dari modal tersebut, akumulasi laba bersih yang berhasil dibukukan selama 5 bulan operasional berjalan (November hingga Maret) adalah sebesar Rp134.795. Rekapitulasi variabel laporan keuangan yang digunakan untuk menghitung nilai ROI Dimsauce disajikan pada

tabel berikut.

Komponen Analisis Keuangan	Nilai
Total Akumulasi Laba Bersih	134.795
Total Investasi Awal	580.000
ROI	23,24%

Tabel 2. 31 Return on Investment

$$\text{ROI} = \frac{Total\ Laba\ Bersih}{Total\ Investasi\ Awal} X100\%$$

$$\text{ROI} = \frac{134.795}{580.000} X100\% = 23{,}4\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai ROI yang diperoleh unit bisnis Dimsauce selama 5 bulan operasional adalah sebesar 23,24%. Nilai ROI sebesar 23,24% ini menunjukkan bahwa setiap Rp100 modal yang diinvestasikan pada peralatan produksi Dimsauce telah mampu menghasilkan keuntungan bersih sebesar Rp23,24 dalam kurun waktu 5 bulan berjalan. Angka ini mencerminkan kapabilitas efisiensi pemanfaatan aset yang cukup produktif untuk skala usaha mikro rintisan.

Apabila tren pertumbuhan profitabilitas yang ekspansif pada bulan Maret Rp96.576 dapat terus dipertahankan secara konsisten pada periode-periode berikutnya, maka persentase ROI ini diperkirakan akan melonjak jauh lebih tinggi. Secara menyeluruh, aspek finansial berdasarkan indikator ROI ini menyatakan bahwa proyek bisnis Dimsauce berada dalam kondisi profitabel dan layak untuk diteruskan.

22) Neraca Saldo

a) Neraca Awal Proyek 01 November 2025

Neraca Saldo Sebelum Penjualan menunjukkan posisi awal Dimsauce per November 2025, di mana modal awal Rp2.000.000 dialokasikan untuk peralatan (Rp580.000),

persediaan awal (Rp585.550), dan beban operasional awal (Rp150.000), sehingga menyisakan kas sebesar Rp684.450 dengan posisi debet-kredit yang seimbang.

AKTIVA (ASET)	Nilai (Rp)	PASIVA (KEWAJIBAN & MODAL)	Nilai (Rp)
Aset Lancar		**Hutang Usaha**	0
Kas	684.450		
Persediaan Bahan Baku & Packaging	585.550		
Aset Tetap			
Peralatan Kerja	580.000		
TOTAL ASET	**2.000.000**	**TOTAL HUTANG**	**0**
		MODAL (EKUITAS)	
		Modal Pemilik	**2.000.000**
		TOTAL MODAL	**2.000.000**
TOTAL AKTIVA	**2.000.000**	**TOTAL PASIVA**	**2.000.000**

Tabel 2. 32 Neraca Awal Proyek 01 November 2025

b) Neraca Akhir Proyek 09 Maret 2026

Neraca Saldo sesudah penjualan menyajikan kondisi keuangan akhir Dimsauce bisnis hingga Maret 2026 setelah siklus penjualan selesai. Seluruh akun pendapatan dan beban telah diringkas menjadi Laba Bersih sebesar Rp84.796 yang menambah komponen Ekuitas, sehingga total Pasiva menjadi Rp2.084.796. Pada sisi Aktiva, nilai Kas Akhir tercatat sebesar Rp1.564.001, sedangkan nilai Peralatan Kerja (Rp580.000) disesuaikan dengan Akumulasi Penyusutan sebesar (Rp59.205), menghasilkan total aset yang seimbang di angka Rp2.084.796.

AKTIVA (ASET)	Nilai (Rp)	PASIVA (KEWAJIBAN & MODAL)	Nilai (Rp)
Aset Lancar		**Hutang Usaha**	0
Kas Akhir	1.564.001		
Aset Tetap			
Peralatan Kerja	580.000		
Dikurangi Akumulasi Penyusuta	**-59.605**		
TOTAL ASET	**0**	**TOTAL HUTANG**	**0**
		MODAL (EKUITAS)	
		Modal Pemilik	**2.000.000**
		Laba Bersih Periode Berjalan	84.796
		TOTAL EKUITAS	**2.084.796**
TOTAL AKTIVA	**2.084.796**	**TOTAL PASIVA**	**2.084.796**

Tabel 2. 33 Neraca Sesudah Penjualan

B. Strategi Penetapan Harga Jual

Strategi penetapan harga pada bisnis Dimsauce mengintegrasikan pendekatan bisnis dan etika syariah. Secara teknis, penulis menerapkan metode *Cost-Plus Pricing*. Dari sudut pandang Ekonomi Islam, kebijakan harga ini selaras dengan prinsip keadilan ('adl), dimana pengambilan margin keuntungan dilakukan secara proporsional sesuai beban operasional tanpa mengabaikan daya beli konsumen. Hal ini memastikan bahwa setiap transaksi tidak hanya berorientasi pada profitabilitas, tetapi juga menjaga kemaslahatan dan transparansi dalam akad jual beli.

C. Pencatatan Keuangan

Sistem pencatatan keuangan pada usaha *Dimsauce* dilakukan secara digital dengan memanfaatkan perangkat lunak *spreadsheet*. Proses pencatatan dilakukan secara harian (*daily basis*) dengan menginput setiap transaksi penjualan dan pengeluaran operasional. Penulis menggunakan metode akrual sederhana dalam pengakuan beban, khususnya untuk komponen biaya yang memiliki masa manfaat lebih dari satu siklus produksi, seperti beban gas dan perlengkapan. Hal ini dilakukan untuk menjamin keakuratan nilai laba bersih bulanan dan memudahkan peneliti dalam mengevaluasi efisiensi biaya.

D. Metode Pembayaran

Berbagai opsi pembayaran untuk memastikan setiap transaksi berjalan dengan mudah dan efisien, penulis menyediakan pembayaran melalui transfer bank, pembayaran tunai dan qris.

1) **Pembayaran Tunai :** Bank Indonesia mendefinisikan sistem pembayaran tunai adalah cara bertransaksi yang mengandalkan uang kertas dan logam (kartal) sebagai instrumen utama dalam memfasilitasi berbagai kegiatan ekonomi maupun jual beli

(Rayadi & Maradesa, 2021). Meski demikian, dalam operasional Dimsauce, metode tunai diposisikan sebagai opsi alternatif bagi konsumen.

2) **Pembayaran Non Tunai (Digital) :** Pembayaran nontunai merupakan alternatif transaksi tanpa uang fisik yang berkembang sejak tahun 1990-an untuk memperluas pilihan pembayaran bagi masyarakat. Mengingat tuntutan zaman yang menginginkan transaksi lebih aman dan praktis, sistem ini menjadi solusi atas keterbatasan uang tunai. Saat ini, ekosistem nontunai yang didukung Bank Indonesia meliputi instrumen berbasis kartu (seperti kartu kredit dan debit) serta layanan digital seperti *e-wallet* dan mata uang elektronik. Dimsauce mengadopsi sistem pembayaran nontunai melalui layanan transfer bank dan QRIS guna menghadirkan transaksi yang aman, transparan, dan adaptif. Metode transfer bank diprioritaskan untuk menjamin akurasi data keuangan dan keamanan transaksi konvensional yang lebih terjamin sedangkan QRIS diterapkan untuk memfasilitasi berbagai platform dompet digital dalam satu pintu. Sinergi kedua metode ini bertujuan untuk meningkatkan kecepatan layanan sekaligus memastikan setiap transaksi tercatat secara akurat dalam sistem laporan keuangan usaha (Krisnadi, 2020).

Gambar 2. 11 Qris Dimsauce

3. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran merupakan ujung tombak bagi keberhasilan Dimsauce dalam mengonversi inovasi produk menjadi nilai ekonomi yang berkelanjutan. Di tengah ketatnya persaingan industri kuliner di Yogyakarta, strategi pemasaran Dimsauce dirancang secara spesifik dengan mengoptimalkan media komunikasi digital guna menjangkau segmen pasar utama, yaitu kalangan mahasiswa dan anak muda.

Melalui pemanfaatan platform online yang terintegrasi dan penerapan sistem prapesan (*pre-order*), Dimsauce mampu menciptakan efisiensi operasional sekaligus meminimalkan risiko kerugian bahan baku. Sebagai acuan dalam langkah-langkah perluasan pasar dan menghadapi dinamika permintaan konsumen, berikut adalah penjabaran strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dimsauce.

a. Strategi Pemasaran dengan 4P

1) Produk (*Product*)

Untuk menjaga kualitas dasar, Dimsauce menggunakan produk dimsum *frozen* premium dari pemasok terpilih, yaitu Ada Dimsum, guna memastikan konsistensi rasa, ketebalan daging yang optimal, serta higienitas produk yang terjamin. Dari aspek diferensiasi, produk ini dikelompokkan ke dalam dua kategori utama demi memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Kategori pertama adalah Varian Original yang disajikan dengan saus cocolan terpisah bawaan paket grosir, ditujukan khusus bagi para pencinta cita rasa autentik dimsum kukus. Kategori kedua adalah Varian Saus Premium yang menawarkan pengalaman rasa modern melalui teknik peracikan mandiri (*in-house blending*).

Selain itu, nilai tambah Dimsauce terletak pada aspek kemasan (*packaging*). Berbeda dari kompetitor pada

umumnya yang masih menggunakan kantong plastik kresek, Dimsauce berkomitmen memakai kemasan *paper bag* eksklusif guna memberikan nilai estetika visual yang tinggi (*instagramable*) sekaligus mendukung gerakan *go-green* melalui pengurangan limbah plastik.

2) Harga (*Price*)

Dalam menentukan nilai ekonomis produk, Dimsauce menerapkan strategi penetapan harga berbasis nilai (*Value-Based Pricing*) yang disesuaikan secara cermat dengan daya beli kantong mahasiswa, namun tetap mampu mempertahankan margin keuntungan usaha yang sehat. Landasan penetapan harga ini didorong oleh hasil riset pasar dan efisiensi biaya bahan baku melalui pengadaan hemat dari Ada Dimsum sebesar Rp235.000 untuk setiap 150 *pcs*.

Berdasarkan efisiensi tersebut, Dimsauce berhasil menetapkan harga jual yang sangat kompetitif untuk pasar wilayah Yogyakarta. Produk Varian Original dipatok dengan harga Rp12.000 menjadikannya pilihan camilan porsi berkualitas yang sangat terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Sementara itu, untuk Varian Saus Premium, harga jual disesuaikan sedikit di atas varian original guna menutupi biaya variabel dari produksi saus mandiri.

3) Tempat (*Place*)

Strategi distribusi dan penempatan produk Dimsauce dirancang secara efisien untuk meminimalkan kebutuhan investasi pada aset fisik yang besar. Distribusi dijalankan melalui saluran langsung (*direct channel*), di mana Dimsauce beroperasi secara penuh memanfaatkan *platform online* berupa WhatsApp Business dan Instagram dengan menerapkan sistem pemesanan *Pre-Order* (PO). Strategi tanpa kedai fisik ini membuat struktur biaya operasional

Dimsauce menjadi sangat ramping karena terbebas dari beban biaya sewa tempat maupun utilitas listrik toko. Alhasil, modal kerja yang dimiliki dapat dialokasikan sepenuhnya untuk menjaga serta meningkatkan kualitas bahan baku produk. Untuk sistem penyerahan produk, konsumen diberikan fleksibilitas untuk mengambil pesanan secara mandiri melalui sistem *Cash on Delivery* (COD) di titik temu yang disepakati bersama.

4) Promosi (*Promotion*)

Mengingat target pasar utama Dimsauce didominasi oleh generasi muda dan kalangan akademisi yang melek digital, strategi promosi yang dilakukan berfokus penuh pada pemanfaatan media digital (*digital marketing*). Langkah pertama diwujudkan melalui *social media marketing* dengan mengoptimalkan platform WhatsApp dan Instagram untuk membagikan pamflet digital (*digital flyer*) kreatif yang disesuaikan dengan momentum hari raya tertentu. *Flyer* tersebut didesain secara estetik dengan menyisipkan rangkaian kata-kata ucapan yang dikombinasikan dengan visual produk Dimsauce sebagai camilan perayaan yang menarik.

Selain itu, Dimsauce mengandalkan kekuatan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang secara efektif memperluas jangkauan pasar di lingkungan sesama mahasiswa. Terakhir, Dimsauce secara konsisten mengusung kampanye ramah lingkungan (*eco-friendly campaign*) pada publikasinya untuk menarik simpati konsumen yang peduli pada kelestarian alam, sekaligus memicu rasa bangga saat mengonsumsi produk Dimsauce.

Gambar 2. 12 Konten Pemasaran Dimsauce

BAB III
IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Selama mengelola operasional Dimsauce, penulis menemui sejumlah hambatan yang menjadi bahan evaluasi serta pembelajaran penting bagi keberlanjutan bisnis di masa depan. Adapun permasalahan yang dihadapi penulis, khususnya pada lingkup divisi keuangan dan produksi adalah sebagai berikut:

1. Kendala Administrasi dan Standar Pelaporan Keuangan

   Penulis menghadapi tantangan dalam melakukan pencatatan transaksi, kalkulasi biaya, serta penyusunan laporan keuangan yang komprehensif dikarenakan keterbatasan pemahaman mengenai standar sistem akuntansi bisnis yang berlaku secara umum.
2. Optimasi Pengadaan dan Efisiensi Biaya Produksi

   Terdapat kesulitan dalam menemukan pemasok peralatan maupun bahan baku yang menawarkan harga lebih ekonomis namun tetap menjaga kualitas tinggi. Hal ini sangat diperlukan untuk menekan biaya operasional agar harga jual produk tetap terjangkau dan mampu bersaing secara kompetitif di pasar.

B. Tinjauan Teoritis

1. Konsep Perintisan Bisnis

Bisnis merupakan seluruh rangkaian kegiatan yang dijalankan oleh sebuah lembaga atau organisasi dengan tujuan memperoleh profit dengan menawarkan barang atau jasa (Ichsan, 2019). Menurut Ahmad Hidayat sebagaimana dikutip dalam (Nardho, 2025) mendefinisikan start up digital business atau rintisan bisnis digital merupakan bisnis yang baru saja dengan fokus utama pada pemanfaatan keunggulan teknologi digital dalam mendistribusikan produk maupun layanannya. Karakteristik utama dari perusahaan rintisan ini terletak pada penerapan model bisnis yang inovatif, berusaha untuk tumbuh dengan cepat, serta pemanfaatan platform berbasis daring (*online*) sebagai saluran utama

dalam menjangkau konsumen.

Dalam konteks perintisan bisnis (*start-up*), pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dituntut memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika pasar. Perintisan bisnis kuliner pada era digital saat ini tidak hanya berfokus pada produksi berskala besar, melainkan pada penciptaan nilai tambah (*value creation*) yang membedakan suatu produk dengan kompetitor yang sudah ada di pasar.

2. Manajemen Produksi

Produksi adalah kegiatan mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang punya nilai jual dan siap pakai. Prosesnya berurutan, mulai dari mengolah bahan dasar, merakit, sampai akhirnya jadi produk yang siap dibeli oleh konsumen. Manajemen produksi adalah cara untuk mengatur dan mengontrol semua hal yang berkaitan dengan proses membuat suatu produk.

Fungsi dari manajemen produksi adalah untuk mengontrol jalannya bisnis agar dapat menghasilkan produk yang bagus dan sesuai kebutuhan konsumen, tetapi dengan modal (waktu, tenaga, dan biaya) yang sehemat mungkin. Kunci utama dari manajemen ini adalah efisiensi operasional, yaitu kemampuan bisnis untuk membuat barang dan jasa dengan biaya modal yang sekecil mungkin, tetapi kualitas produknya tetap bagus dan tidak menurun (Apriadi et al., 2024).

Strategi produksi yang dilakukan dalam bisnis Dimsauce adalah dengan menggunakan metode reorder point. Berdasarkan teori dari Heizer dan Render (2018), *reorder point* atau titik pemesanan kembali merupakan batas minimum stok barang di mana kita harus segera memesan ulang, fungsinya bisnis bisa terhindar dari dua masalah utama, yaitu penumpukan barang yang terlalu banyak di gudang dan risiko stok habis yang bisa membuat konsumen kecewa (Laoli et al., 2022).

Selain itu, dengan metode Just In Time (JIT) yang bertujuan untuk mencegah pemborosan bahan baku dengan cara memproduksi barang hanya saat diperlukan dan dalam jumlah yang pas dapat meningkatkan

efisiensi, dan membuang segala bentuk pemborosan (*waste*). Ada tiga prinsip utama dalam JIT, yaitu produksi yang hanya berjalan jika ada permintaan pelanggan, komitmen untuk tidak menumpuk barang (*zero inventory*), serta menjaga kualitas produk agar tanpa cacat sejak awal karena tidak adanya stok cadangan. Tujuan penulis menerapkan strategi ini agar modal tidak mengendap di stok dan produk yang sampai ke tangan konsumen selalu segar atau baru yang sangat sesuai dengan prinsip JIT tersebut. Di dalam bisnis kuliner atau produk beku (*frozen food*), sistem ini menjaga agar barang tidak terlalu lama di dalam *freezer* atau gudang, sehingga kualitas dan kesegarannya tetap terjaga dengan baik saat dibeli oleh konsumen. Website resmi (Binus University School Of Information Systems, 2025).

Kemudian, dalam menjalankan bisnis ini, penulis menggunakan teknik *Unique Selling Point* (USP) yang merupakan suatu keunikan khusus yang dimiliki oleh sebuah produk atau bisnis. Keunikan inilah yang membedakan produk kita dari para pesaing. Dengan adanya ciri khas ini, angka penjualan bisa meningkat karena konsumen punya alasan kuat untuk tetap setia dan tidak pindah ke competitor (Kusumastuti, 2021).

3. Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bertindak sebagai elemen bisnis yang mengarahkan keputusan-keputusan penting terkait investasi, skema pendanaan, serta agaimana keuntungan dibagikan kepada pemilik modal. Keberlangsungan operasional suatu bisnis sangat bergantung pada ketersediaan dan pengelolaan dana yang memadai. Keterbatasan modal finansial dapat menghambat proses produksi yang pada akhirnya membuat perusahaan tidak mampu memenuhi kuantitas maupun spesifikasi produk yang diminta oleh konsumen. Kegagalan dalam merespons permintaan pasar akibat kendala anggaran ini menjadi indikator kuat yang mengancam eksistensi usaha tersebut (Ichsan, 2019).

4. Manajemen Pemasaran dan Sistem Pre-Order

Manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Analisis pemasaran mencakup cakupan aspek yang dikenal sebagai bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P yang terdiri atas produk, penetapan harga, strategi tempat atau distribusi, dan kegiatan promosi.

Produk dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dipasarkan kepada khalayak dengan tujuan untuk menarik perhatian, dibeli, dimanfaatkan, ataupun dikonsumsi oleh konsumen. Keberadaan label pada suatu produk memiliki beragam kegunaan penting, dimana fungsi paling mendasar adalah sebagai media untuk mengidentifikasi jenis produk maupun merek yang bersangkutan.

Sedangkan, harga dapat diartikan sebagai besaran nilai yang diserahkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat yang ditawarkan oleh suatu produk atau jasa. Dalam menetapkan strategi harga, keputusan yang diambil tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh tujuan atau sasaran pemasaran yang ingin dicapai, pertimbangan dan kebijakan internal, karakteristik serta daya beli konsumen, dan kondisi para pesaing di pasar.

Selain itu, promosi merupakan strategi pemasaran yang pelaksanaannya harus menyelaraskan komponen bauran promosi (*promotion mix*). Instrumen bauran ini terdiri atas periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), serta publisitas (*publicity*). Strategi periklanan bertumpu pada empat keputusan utama. Langkah tersebut diawali dengan menentukan sasaran iklan (baik untuk edukasi, persuasi, maupun pengingat merek) yang kemudian dilanjutkan dengan penyusunan pesan, pemilihan media penyiaran yang tepat, serta diakhiri dengan proses evaluasi terhadap program iklan tersebut. Pada kegiatan promosi ini terjadi interaksi jangka pendek untuk meningkakan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dengan target utama terjadinya transaksi pembelian atau penjualan barang dan

jasa sesegera mungkin. Terakhir, penentuan letak lokasi distribusi pada umumnya berorientasi pada meminimumkan biaya, baik dalam proyeksi jangka pendek maupun jangka panjang yang timbul akibat pemilihan lokasi tersebut (Ichsan, 2019).

Dalam menjalankan bisnis Dimsauce menggunanakan metode penetapan harga (*Cost-Plus Pricing Method*) yang merupakan suatu pendekatan dalam menentukan harga jual produk dengan cara mengalkulasikan seluruh akumulasi beban yang dikeluarkan dengan cara menjumlahkan total biaya per unit (biaya bahan baku, kemasan, operasional) dengan besaran margin keuntungan (*markup*) yang diharapkan (Moniung et al., 2020).

Sistem pembelanjaan berbasis *pre-order* (PO) merupakan salah satu mekanisme transaksi dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) dimana produk yang ditawarkan belum tersedia secara fisik atau siap kirim di tangan penjual. Mekanisme operasionalnya mengharuskan konsumen untuk melakukan pemesanan dan penyelesaian pembayaran di awal, kemudian menunggu dalam estimasi waktu tertentu hingga produk tersebut siap didistribusikan (*Pre-Order*, 2025).

5. Etika Bisnis dan Ekonomi Islam dalam Perdagangan

Sebagai perintisan bisnis yang dikembangkan dengan Ekonomi Islam, seluruh aktivitas operasional, pemasaran, dan keuangan Dimsauce wajib mengimplementasikan nilai-nilai syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai mengenai konsep baik-buruk serta benar-salah dalam aktivitas bisnisn yang berlandaskan pada prinsip moralitas syariah. Di etika bisnis ini juga dapat berarti sebuah pemikiran dan refleksi terhadap aspek moralitas dalam ekonomi khususnya perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis saat menjalankan usaha atau bekerja. Dengan demikian, etika bisnis Islam dapat dipahami sebagai seperangkat norma dan prinsip yang diimplementasikan oleh pelaku pasar dalam bertransaksi, berperilaku, dan membangun relasi untuk meraih keberhasilan bisnis

yang berkah sekaligus selamat di dunia dan akhirat (Astuti, 2022).

Bisnis Dimsauce menerapkan prinsip keadilan (*'Adl*) dalam berbisnis, yaitu Islam melarang segala bentuk kezaliman dalam menetapkan harga. Margin keuntungan yang diambil oleh penjual harus berada dalam batas kewajaran dan mencerminkan nilai usaha serta kualitas produk yang diserahkan kepada pembeli sehingga tidak ada pihak yang dirugikan (Astuti, 2022). Penetapan harga (Original Rp12.000 dan Varian Saus Rp15.000) didasarkan pada asas keadilan harga. Harga tersebut tidak terlalu tinggi hingga menzalimi konsumen, dan tidak terlalu rendah hingga merusak pasar.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29, aktivitas bisnis harus didasarkan pada suka sama suka atau keridaan timbal balik antara penjual dan pembeli (Annisa, 2025). Dimsauce sepenuhnya mengimplementasikan prinsip *An-Taradin* (kerelaan bersama), dimana seluruh transaksi yang terjadi didasarkan pada suka sama suka tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun.

Menurut pandangan Imam Syamsuddin Muhammad bin Abi Abbas dalam Mazhab Syafi'iyah, bahwa suatu akad jual beli telah memenuhi unsur keridaan dan suka sama suka adalah adanya *ijab* dan *qabul* yang dituturkan oleh kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli. Hal semacam ini perlu dilakukan sebab ridha itu merupakan sifat yang tersembunyi di dalam hati manusia sehingga tidak dapat diketahui secara kasat mata kecuali melalui ucapan atau simbol tertulis sebagai dari kerelaan tersebut (Rusfi, 2016).

Meskipun Dimsauce beroperasi secara digital memanfaatkan platform komunikasi daring (WhatsApp dan Instagram), teori Mazhab Syafi'iyah ini tetap terlaksana dengan baik. Proses *ijab* (penawaran) diwujudkan melalui pencantuman spesifikasi produk, harga resmi, serta menu varian saus yang jelas pada katalog digital oleh Dimsauce selaku penjual. Sementara itu, proses *qabul* (penerimaan) ketika konsumen mengirimkan format pemesanan secara sukarela dan melakukan konfirmasi pembayaran. Melalui pertukaran pesan tertulis yang disepakati secara sadar ini, kejelasan kualitas produk dan transparansi

harga jual dapat terpenuhi sehingga melahirkan akad yang sah secara syariah karena telah didasarkan pada bukti keridaan yang nyata dari kedua belah pihak (Rusfi, 2016).

Dalam aspek produksi, Dimsauce menerapkan sistem prapesan (pre-order), dimana konsumen melakukan pemesanan dan penyelesaian pembayaran secara penuh di muka, kemudian produk dimsum baru akan diserahkan pada waktu yang telah disepakati. Mekanisme transaksional seperti ini sangat selaras dan memenuhi ketentuan akad istishna'. Secara definisi, akad istishna' diartikan sebagai bentuk transaksi jual beli berbasis pemesanan yang melibatkan pihak pembeli (mustasni') dan produsen (sani') untuk pengadaan suatu komoditas (masnu'), baik di sektor industri maupun properti, yang spesifikasinya telah ditentukan. Di dalam akad ini, karakteristik barang serta nominal harga wajib disetujui sejak awal, sementara skema pelunasannya bersifat fleksibel sesuai kesepakatan bersama, baik secara tunai di muka, diangsur, ataupun ditangguhkan hingga batas waktu tertentu (Fadilla et al., 2024).

Dalam konteks keekonomian Islam pada bisnis Dimsauce, akad istishna' ini secara riil diimplementasikan melalui sistem prapesan (*pre-order*). Konsumen bertindak sebagai mustasni' yang memesan produk dimsum dengan spesifikasi varian saus tertentu, sementara Dimsauce bertindak sebagai sani' yang melakukan proses pengolahan, pengukusan kembali, dan pengemasan produk. Fleksibilitas metode pembayaran dalam istishna' yang mendasari legalitas syariah pada skema transaksi Dimsauce, yang mengakomodasi dua sistem pembayaran sekaligus, yaitu pembayaran di muka (tunai lunas saat prapesan) maupun sistem *Cash on Delivery* (COD). Pada sistem COD, pelunasan nominal seharga per porsi untuk dilakukan secara tunai tepat saat produk diserahterimakan kepada konsumen. Dengan diterapkannya akad istishna', baik mekanisme pembayaran di awal maupun penangguhan pembayaran hingga hari-H pengantaran (COD) tersebut keduanya dinyatakan sepenuhnya sah dan terhindar dari

larangan tukar-menukar utang (ba'i al-kali' bi al-kali') dalam fikih muamalah.

Sistem *pre-order* yang dijalankan oleh Dimsauce dipastikan sah secara syariah dan memenuhi syarat akad salam. Segala bentuk spesifikasi produk telah dijelaskan sejak awal penawara, meliputi kuantitas isi produk (4 *pcs* dimsum per kemasan) serta kejelasan varian rasa yang dipilih (Original, Mentai, Hot Lava, Carbonara, atau Bolognese). Batasan waktu penyerahan produk (*ajal*) juga diinformasikan kepada konsumen saat proses pemesanan melalui media digital. Dengan terpenuhinya kejelasan kriteria produk dan waktu penyerahan tersebut, potensi perselisihan akibat *gharar* dapat dihindari sehingga produksi secara *pre-order* Dimsauce sepenuhnya bersesuaian dengan hukum ekonomi Islam.

Dalam ekonomi Islam, prinsip *halal* dan *thayyib* memiliki cakupan yang jauh lebih luas dan komprehensif daripada sekadar status hukum formal kehalalan suatu makanan. Di dalam konteks produksi, konsep *halal* mengacu pada keseluruhan rangkaian proses yang wajib bersesuaian dengan syariah, dimulai sejak tahapan pengadaan bahan baku, proses pengolahan, hingga produk sampai ke tangan konsumen. Dalam pemenuhan jaminan kehalalan dan kethayyiban produk, Dimsauce memastikan bahwa seluruh produk yang digunakan sebagai bahan baku, mulai dari komoditas *frozen dimsum* dari pemasok tetap hingga seluruh komponen pelengkap saus *homemade* (seperti mayones, saus sambal, keju, margarin, dan susu UHT) telah memiliki sertifikat halal resmi yang valid dari otoritas berwenang. Prinsip jaminan ini tidak hanya berfokus pada status kehalalan zatnya (*halalan lil `ain*), melainkan juga pada aspek *thayyib* (kemurnian, kebersihan, dan higienitas) di setiap tahapan pengolahan. Proses produksi yang higienis, penggunaan material kemasan *food grade* yang aman, serta teknik memasak *double-cooking* diterapkan secara konsisten demi menjaga standar kualitas gizi dan kesehatan produk agar memberikan kemaslahatan maksimal bagi konsumen sesuai dengan tuntunan

syariah. (Ahmad, 2024).

Sebagai bisnis rintisan yang memegang teguh prinsip muamalah syariah, Dimsauce menerapkan kedua nilai tersebut secara nyata dalam aktivitas produksi harian. Pada proses produksi hulu hingga hilir, pembuatan saus *homemade* (seperti varian Mentai, Carbonara, Bolognese, dan Hot Lava) serta mekanisme penyimpanan produk dimsum *frozen* dilakukan dengan sangat mengutamakan standar kebersihan.

Meskipun saat ini Dimsauce bergerak sebagai UMKM berskala mikro yang belum memiliki sertifikat halal mandiri dari MUI/BPJPH, kepastian jaminan kehalalan produk diwujudkan melalui penerapan ketertelusuran bahan baku. Dimsauce secara konsisten menelusuri, memeriksa, dan memastikan bahwa seluruh komponen eksternal yang dibeli dari para pemasok utama, termasuk produk dimsum *frozen* serta bahan dasar saus merupakan produk-produk yang telah memiliki logo dan sertifikasi halal resmi.

6. Pemecahan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan seblumnya, penulis menyusun langkah-langkah solutif sebagai upaya perbaikan dan pengembangan bisnis Dimsauce ke depannya sebagai berikut.

1. Penulis menghadapi tantangan dalam melakukan pencatatan transaksi, kalkulasi biaya, serta penyusunan laporan keuangan yang komprehensif dikarenakan keterbatasan pemahaman mengenai standar sistem akuntansi bisnis yang berlaku secara umum.

   Langkah solutif yang diambil adalah melakukan studi mandiri mengenai tata cara pembukuan, kalkulasi biaya, serta penyusunan laporan keuangan melalui berbagai referensi seperti video edukasi di YouTube dan artikel jurnal ilmiah yang hasilnya kemudian diterapkan dan disesuaikan dengan kebutuhan operasional bisnis Dimsauce.

2. Terdapat kesulitan dalam menemukan pemasok peralatan maupun bahan baku yang menawarkan harga lebih ekonomis namun tetap menjaga kualitas tinggi. Hal ini sangat diperlukan untuk menekan biaya operasional agar harga jual produk tetap terjangkau dan mampu bersaing secara kompetitif di pasar.

   Langkah solutif yang diambil adalah melakukan riset terhadap berbagai pemasok bahan baku guna mendapatkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengesampingkan standar kualitas sehingga Dimsauce dapat tetap menyajikan produk bermutu tinggi meskipun ditawarkan dengan harga yang lebih ekonomis.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan perintisan bisnis, analisis keuangan, serta identifikasi hambatan operasional pada usaha *Dimsauce* selama periode November 2025 hingga Maret 2026, dapat disimpulkan bahwa perintisan bisnis ini berhasil mentransformasikan produk dimsum tradisional menjadi produk kuliner yang modern dan *trendy* melalui inovasi empat varian saus premium, yaitu *Mentai*, *Hot Lava*, *Carbonara*, dan *Bolognese*.

Inovasi rasa tersebut terbukti sangat responsif terhadap dinamika selera pasar anak muda dan akademisi di wilayah Yogyakarta, khususnya di lingkungan Kampus Universitas Islam Indonesia (UII). Secara finansial, bisnis *Dimsauce* terbukti memiliki prospek yang menguntungkan sejak awal operasionalnya dengan perolehan ROI sebesar 3,06% dari total modal disetor sebesar Rp3.000.000.

Melalui strategi penetapan harga *cost-plus pricing* yang sejalan dengan nilai etika syariah, khususnya prinsip *'adl* dan *an-taradin*, produk *Dimsauce* mampu menghasilkan rata-rata margin keuntungan bersih yang sehat sebesar 24,13% per porsi. Evaluasi titik impas menunjukkan ambang batas BEP minimal berada pada volume penjualan 38 unit per bulan, dimana pada bulan Maret 2026 bisnis mencatatkan performa puncak dengan penjualan mencapai 72 porsi. Sementara itu, indikator *Payback Period* (PP) diproyeksikan berada pada kisaran 56 bulan, namun stabilitas jangka pendek unit usaha ini tetap terjamin berkat cadangan likuiditas kas yang kuat.

Selain aspek finansial, kendala operasional yang dihadapi selama masa rintisan bisnis, seperti fluktuasi penjualan akibat keterbatasan waktu pengelola yang sedang fokus pada program magang mahasiswa, keterbatasan modal fisik di awal, serta kendala manajemen tenaga kerja Tunggal yang berhasil diatasi secara efektif melalui langkah solutif berupa implementasi sistem pembukuan digital berbasis *spreadsheet*, penggunaan metode pembayaran digital melalui QRIS, strategi dengan sistem *reseller* dimsum *frozen* untuk standardisasi mutu produk, serta penghematan biaya

logistik melalui layanan bebas ongkos kirim mandiri di sekitar wilayah kampus.

Berdasarkan tinjauan Ekonomi Islam, implementasi operasional bisnis Dimsauce telah berjalan selaras dengan prinsip-prinsip syariah melalui penerapan asas keadilan, transparansi harga, serta jaminan kualitas produk yang *halalan lil `ain* dan *thayyib* di setiap lini bahan baku serta proses produksinya. Dalam aspek transaksional, sistem prapesan (*pre-order*) yang dijalankan oleh Dimsauce secara riil memenuhi ketentuan Akad Istishna'. Akad ini memberikan legalitas syariah yang kuat terhadap fleksibilitas metode pembayaran yang diterapkan, di mana transaksi tetap dinyatakan sah baik bagi konsumen (*mustasni'*) yang melakukan pembayaran lunas di muka maupun konsumen yang memilih sistem *Cash on Delivery* (COD) saat produk diserahterimakan. Dengan demikian, seluruh mekanisme operasional dan perputaran arus kas Dimsauce terhindar dari unsur riba serta larangan tukar-menukar utang (*ba'i al-kali' bi al-kali'*), sehingga mampu mewujudkan kemaslahatan (*maslahah*) ekonomi yang berkah dan sesuai dengan tuntunan fikih muamalah.

2. Saran

Guna mendukung keberlanjutan, pengembangan skala usaha, serta perluasan pangsa pasar bisnis *Dimsauce* di masa depan, diajukan beberapa saran strategis sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Bisnis Dimsauce
   a. Memperbaiki Susunan Tenaga Kerja: Mengingat model bisnis saat ini masih berbasis *single fighter* (satu orang personil) yang sangat rentan terhadap kendala alokasi waktu pengelola, disarankan untuk mulai merekrut tenaga kerja paruh waktu (*part-time*) khusus di bagian operasional produksi atau pengantaran demi menjaga konsistensi distribusi.
   b. Optimalisasi Saluran Pemasaran Digital: Pengelola perlu mengintegrasikan sistem *Pre-Order* (PO) dengan platform pemesanan

online (GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood) secara konsisten guna menangkap pasar digital yang lebih luas, mengingat mayoritas konsumen anak muda menyukai kepraktisan transaksi digital.

c. Memperluas Variasi Produk: Melakukan riset berkala untuk menghadirkan varian saus baru atau opsi isian dimsum yang lebih variatif guna mencegah kejenuhan konsumen pada segmen pasar akademisi.

2. Bagi Akademisi

a. Mempertahankan Adanya Tugas Akhir Perintisan Bisnis Disarankan untuk tetap mempertahankan dan melanjutkan skema Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini sebagai salah satu jalur kelulusan alternatif yang sangat strategis. Program ini terbukti memberikan manfaat yang luar biasa dalam membantu mahasiswa menjembatani jurang pemisah antara teori di bangku kuliah dengan realitas di lapangan, khususnya dalam mempraktikkan langsung teori-teori bisnis dan ekonomi Islam secara aplikatif. Melalui ini, mahasiswa dituntut untuk memahami risiko riil, melakukan kalkulasi keuangan, serta merumuskan strategi operasional sehingga ketika di masa depan mereka ingin membentuk suatu usaha, mereka sudah memiliki bekal yang matang mengenai variabel apa saja yang wajib diperhitungkan secara matang. Oleh karena itu, tugas akhir perintisan bisnis ini tidak boleh dipandang sebelah mata hanya sebagai syarat kelulusan administrasi, melainkan harus dinilai sebagai sebuah batu loncatan (*stepping stone*) yang sangat berharga bagi mahasiswa untuk membangun, mengembangkan, serta meningkatkan bisnis ke arah yang jauh lebih luas, profesional, dan berkelanjutan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, F. (2024). KONSEP HALAL DAN THAYYIB DALAM PRODUKSI DAN KONSUMSI : KAJIAN SISTEM EKONOMI ISLAM. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*, *2*, 77–87. https://ejournal.undar.or.id/index.php/sumbula/article/view/778/723

Annisa, H. (2025). *MAKNA 'AN TARĀḌIN DALAM QS. AN-NISĀ' : 29 DAN RELEVANSINYA PADA TRANSAKSI SHORT SELLING (Studi Komparasi Teori Ma'na cum-maghza dan Teori Ekonomi Al Ghazali)*.

Apriadi, D., Nuryakin, R. A., Sariwardani, A., Dawud, M. Y., Syamsuddin, F. R., Supangat, Rottie, R. F., Nurjannah, D. R., Bonok, Z., Nirwani, A., Suryaningsih, & Supriyadi. (2024). *MANAJEMEN PRODUKSI DAN OPERASI : ERA* (Pertama). CV. Gita Lentera.

Astuti, A. R. T. (2022). *Etika Bisnis Islam (Kasus-kasus Kontemporer)* (Pertama). IAIN Parepare Nusantara Press.

Badan Pusat Statistik Provinsi DI Yogyakarta. (n.d.). *Perkembangan Pariwisata di Yogyakarta*.

Binus University School Of Information Systems. (2025). *Metode Produksi Just In Time (JIT) dan Dampak Perkembangan Teknologi*.

Chandra, T., Rakhmanto, A., Syamsudin, B., Marsongko, E. P., & Suhendar, T. (2023). Studi Analisis Pemasaran Wisata Kuliner Kota Yogyakarta. *Jurnal ALTASIA*, *5*(1), 55–68.

Fadilla, N., Saleh, M., & Sinaga, A. (2024). Analisis Penggunaan Akad Istishna Pada SISTEM Pre Order Dengan Study Kasus Pedagang Online Shop di Pangkalan Brandan. 3(3), 294–306.

Ichsan, R. N. (2019). *Studi Kelayakan Bisnis (Business Feasibility Study)* (Pertama). CV. Manhaji.

Khafid, S. (2023). *Jogja Peringkat Teratas Jadi Kota Tujuan Pendidikan*. Harian

Jogja.

Krisnadi, I. (2020). Analisis Fungsi Pembayaran Digital Saat Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Magister Managemen Telekomunikasi Universitas Indonesia*, 7.

Kusumastuti, A. D. (2021). Strategi Unique Selling Point Dalam Meningkatkan Penjualan Produk HNI HPAI. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*. http://repository.usahidsolo.ac.id/id/eprint/1225

Laoli, S., Zai, K. S., & Lase, N. K. (2022). PENERAPAN METODE ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ), REORDER POINT (ROP), DAN SAFETY STOCK (SS) DALAM MENGELOLA MANAJEMEN PERSEDIAAN DI GRAND KATIKA GUNUNGSITOLI APLICATION OF THE ECONOMIC ORDER QUANTITY (EOQ) REORDER POINT (ROP) METHOD , AND SAFETY . *Jurnal EMBA*, *10*(4), 1269–1273.

Moniung, J., Tinangon, J., & Kalalo, M. (2020). *PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK DAN PENERAPAN COST PLUS PRICING METHOD DALAM PENENTUAN HARGA JUAL PADA RUMAH MAKAN IKAN BAKAR DABU-DABU LEMONG Jennifer*. *15*(1), 14–20. https://en.wikipedia.org/wiki/Pre-order

Nardho, D. (2025). *PERAN START UP DIGITAL BUSINESS DAN E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA*. 16–17.

Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, *3*(1), 65–74.

Pre-order. (n.d.). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Pre-order

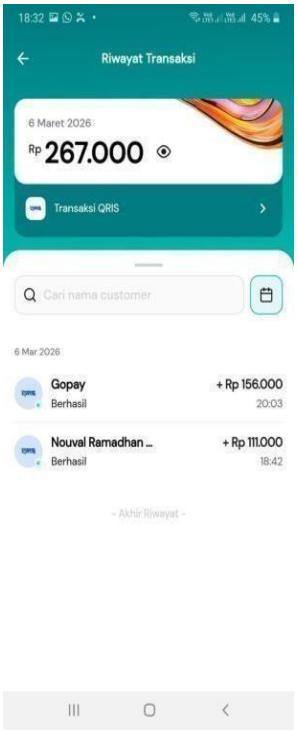
Rayadi, R., & Maradesa, D. (2021). EVALUASI SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI PADA PT . ANGKASA PURA I (PERSERO) BANDAR UDARA INTERNASIONAL SAM RATULANGI MANADO EVALUATION OF NON CASH PAYMENT SYSTEM AT PT . ANGKASA PURA I (PERSERO) SAM RATULANGI INTERNATIONAL AIRPORT MANADO. *EMBA*,

9(3), 195.

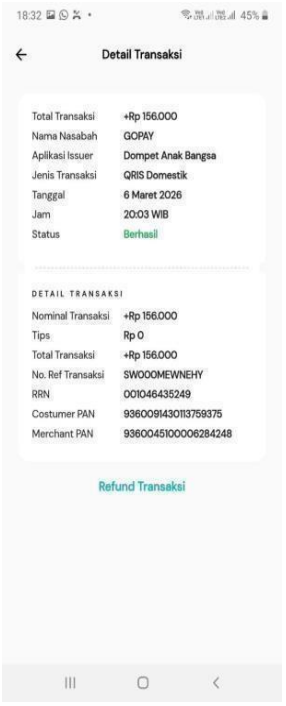
Rusfi, M. (2016). *ANTARADHIN DALAM PERSPEKTIF PERDAGANGAN KONTEMPORER DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMINDAHAN HAK KEPEMILIKAN* (Pertama). DEEPUBLISH.

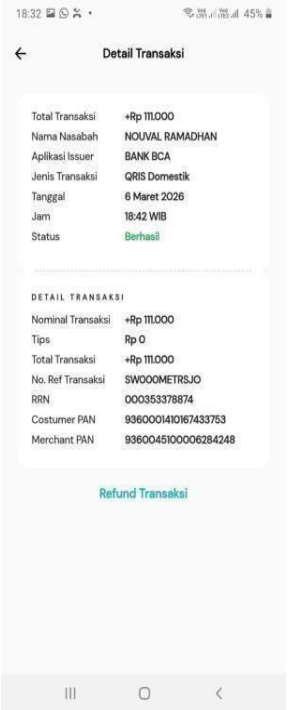
Yoestini, & Kartika, R. D. (2018). ANALISIS PENGARUH PEMASARAN PENGALAMAN DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN, DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN DU CAFE DI SEMARANG. *Diponegor Journal Of Management*, *7*(2), 1–14.

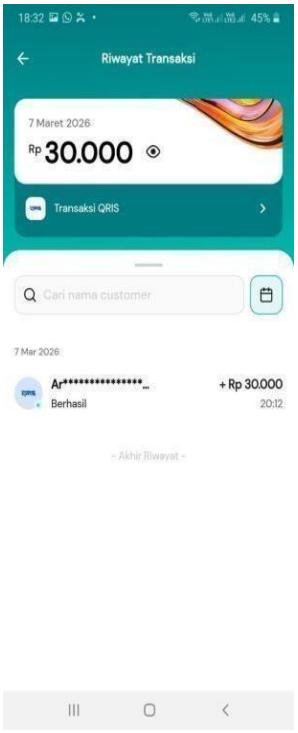
LAMPIRAN

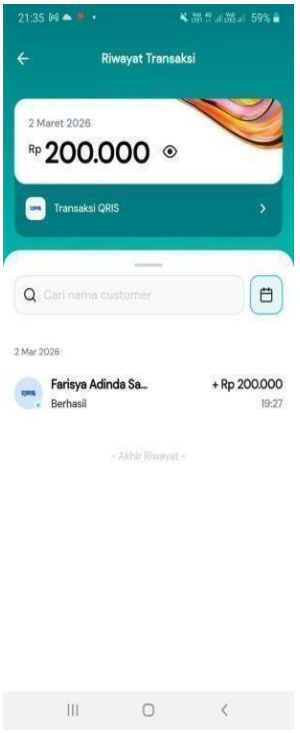

Riwayat Transaksi
6 Maret 2026
Rp 267.000
Transaksi QRIS
Cari nama customer
6 Mar 2026
Gopay
Berhasil
+ Rp 156.000
20:03
Nouval Ramadhan ...
Berhasil
+ Rp 111.000
18:42
- Akhir Riwayat -

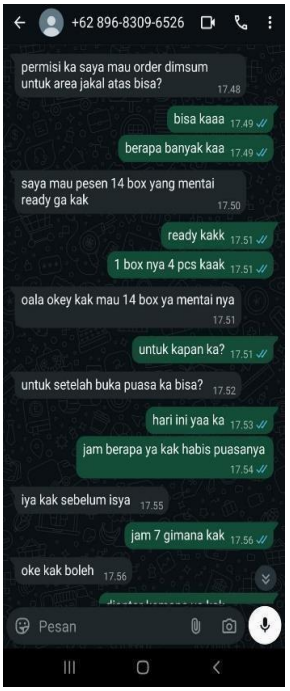
+62 813-1931-0715
permisi kak saya mau order dimsum hari ini ready?
ready ka
aku mau pesen 5 box mentai sama 3 box original ka
boleh kaa
diantar kemana ya ka?
saya antar sekitar jam setengah 7 bagaimana kak
ke kost abode jalan bonjotan kak
Anda
saya antar sekitar jam setengah 7 bagaimana kak
iya gapapa kak
oh baik kak, atas nama saya ya kak
untuk pembayannya melalui qris ya kak
untuk mentai 1 box nya 15.000 dan untuk original 1 box nya 12.000 ya kak
jd berapa ka
Pesan


Detail Transaksi
Total Transaksi +Rp 156.000
Nama Nasabah GOPAY
Aplikasi Issuer Dompet Anak Bangsa
Jenis Transaksi QRIS Domestik
Tanggal 6 Maret 2026
Jam 20:03 WIB
Status Berhasil
DETAIL TRANSAKSI
Nominal Transaksi +Rp 156.000
Tips Rp 0
Total Transaksi +Rp 156.000
No. Ref Transaksi SW000MEWNEHY
RRN 001046435249
Costumer PAN 9360091430113759375
Merchant PAN 9360045100006284248
Refund Transaksi


Detail Transaksi
Total Transaksi +Rp 111.000
Nama Nasabah NOUVAL RAMADHAN
Aplikasi Issuer BANK BCA
Jenis Transaksi QRIS Domestik
Tanggal 6 Maret 2026
Jam 18:42 WIB
Status Berhasil
DETAIL TRANSAKSI
Nominal Transaksi +Rp 111.000
Tips Rp 0
Total Transaksi +Rp 111.000
No. Ref Transaksi SW000METRSJO
RRN 000353378874
Costumer PAN 9360001410167433753
Merchant PAN 9360045100006284248
Refund Transaksi

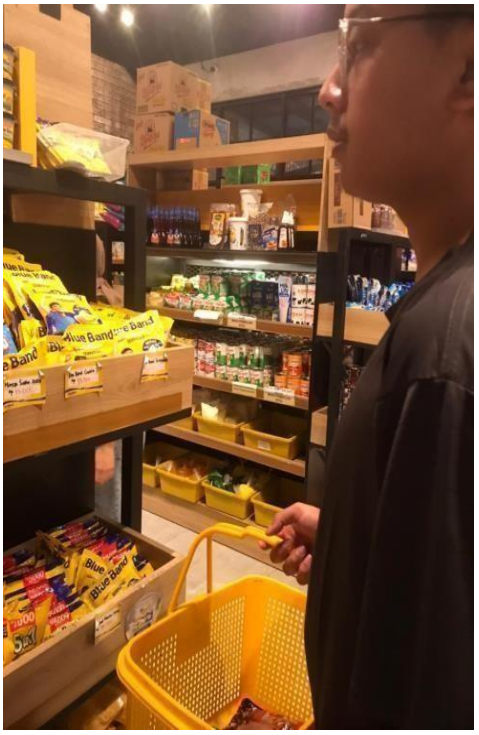

Riwayat Transaksi
7 Maret 2026
Rp 30.000
Transaksi QRIS
Cari nama customer
7 Mar 2026
+ Rp 30.000
Berhasil
20:12
- Akhir Riwayat -


Riwayat Transaksi
2 Maret 2026
Rp 200.000
Transaksi QRIS
Cari nama customer
2 Mar 2026
Farisya Adinda Sa...
+ Rp 200.000
Berhasil
19:27
- Akhir Riwayat -


+62 896-8309-6526
permisi ka saya mau order dimsum untuk area jakal atas bisa? 17.48
bisa kaaa 17.49
berapa banyak kaa 17.49
saya mau pesen 14 box yang mentai ready ga kak 17.50
ready kakk 17.51
1 box nya 4 pcs kaak 17.51
oala okey kak mau 14 box ya mentai nya 17.51
untuk kapan ka? 17.51
untuk setelah buka puasa ka bisa? 17.52
hari ini yaa ka 17.53
jam berapa ya kak habis puasanya 17.54
iya kak sebelum isya 17.55
jam 7 gimana kak 17.56
oke kak boleh 17.56
Pesan

m-Transfer:
BERHASIL
05/01/2026 21:02:05
Ke 6820992791
ARYA YUDHA SEPTIA PERMAN
Rp 75.000,00

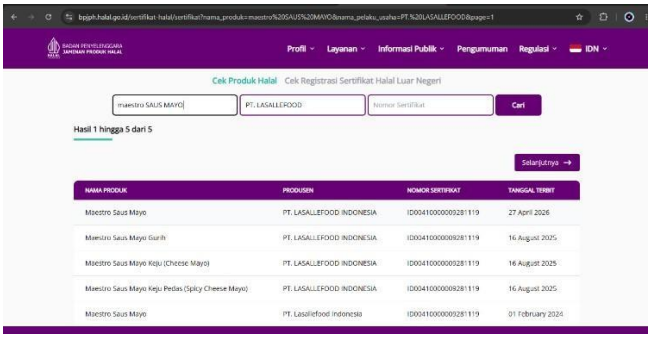
KLIR
KLIR
KLIR
DM


Blue Band

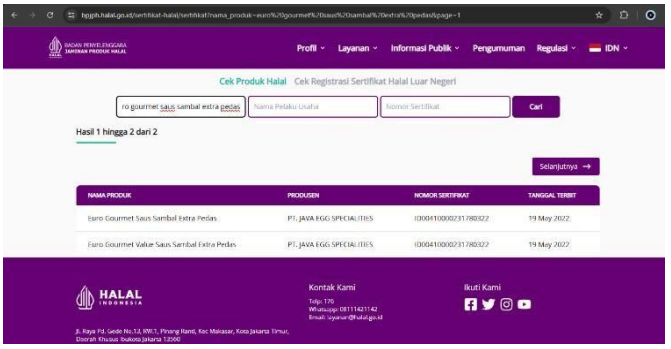
LIURANG KM. 6,5 NO. A10, SLEMAN
INE ORDER : 0817-1770-4040,
Las Plastik
Plastik UV
Paranet/ Polinet
Polibek
Mulsa
Mesin Sealer
Polimailer
Tali Rafia
Botol Plastik

Sertifikasi Halal Bahan Baku

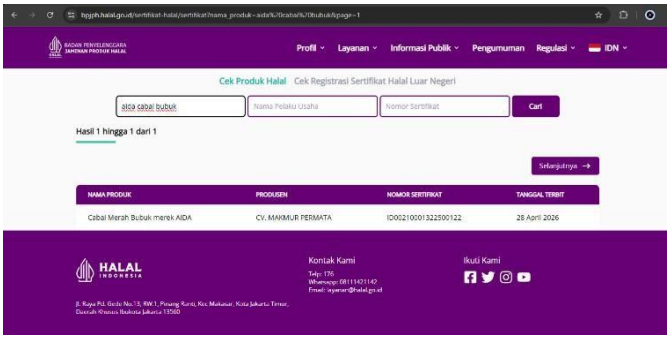
Saus Mayonaise



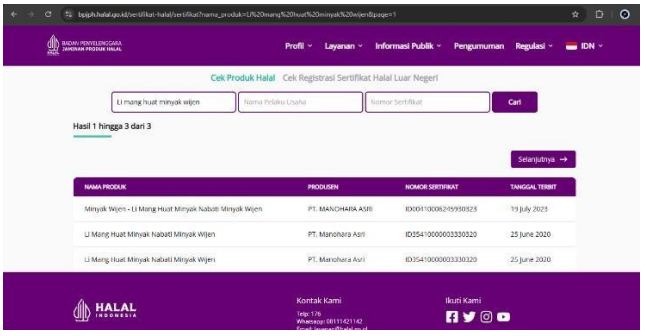
Saus Sambal



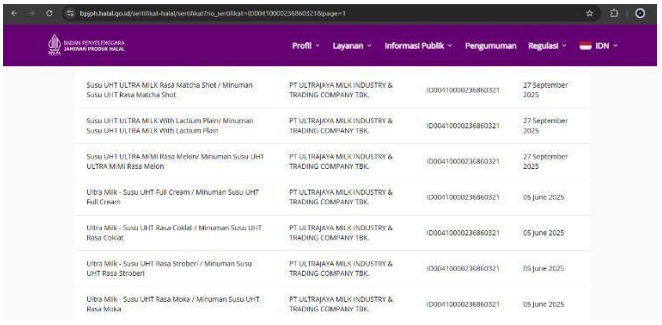
Cabaik Bubuk



Minyak Wijen



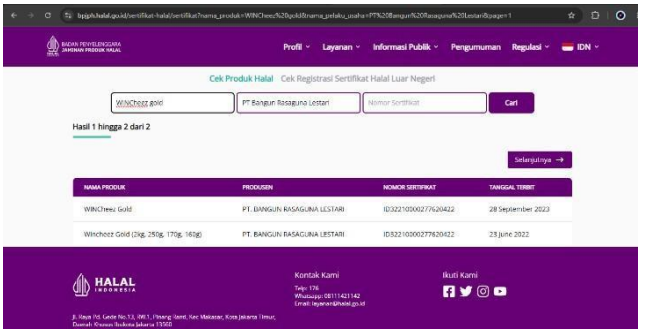
Susu UHT Full Cream



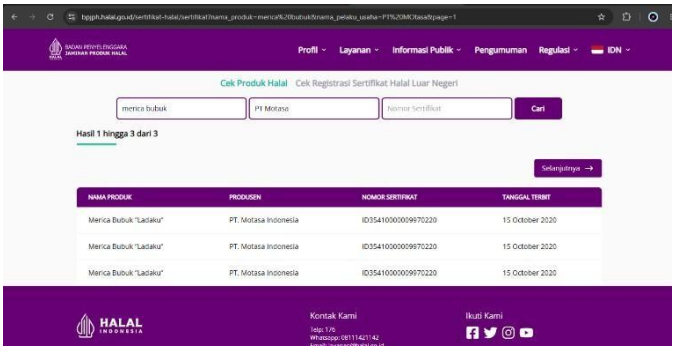
Keju

Merica Bubuk

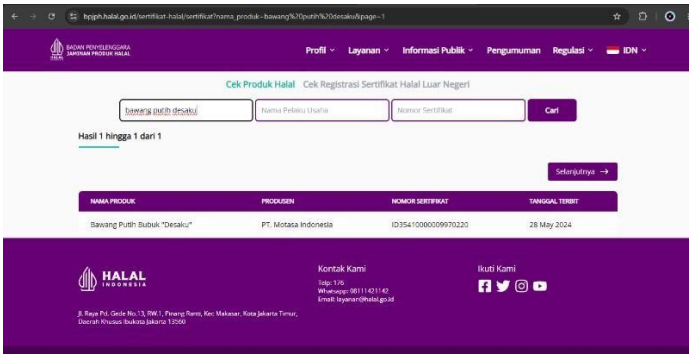
Bawang Putih Bubuk

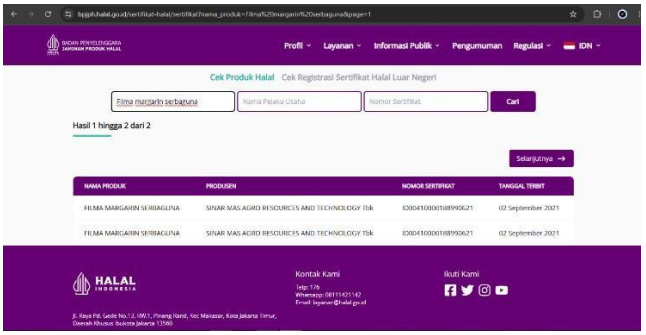


Margarin

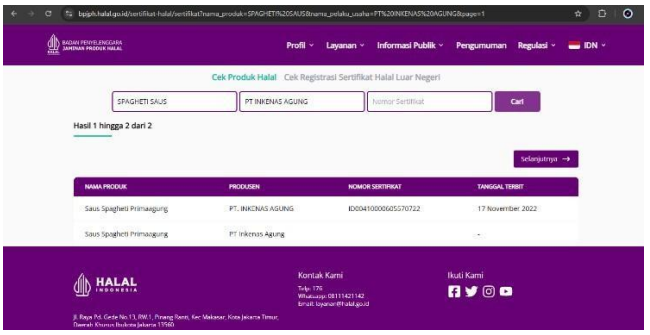


Saus Bolognese

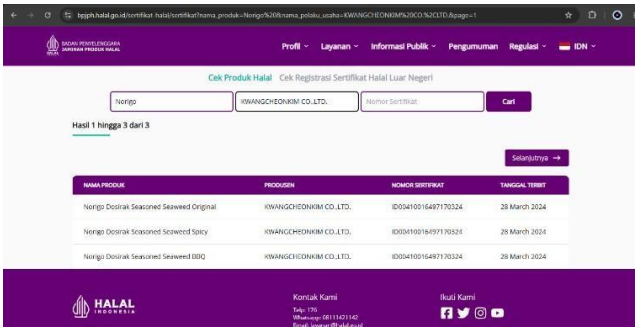


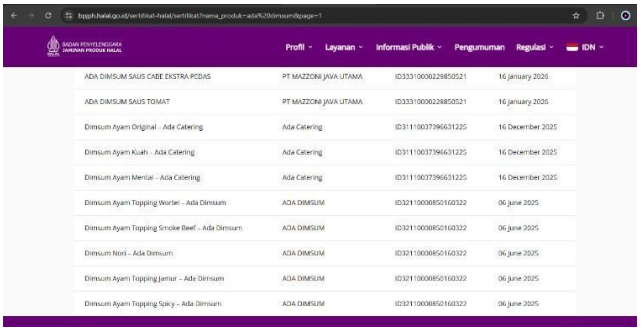

Profil
Layanan
Informasi Publik
Pengumuman
Regulasi
IDN
Cek Produk Halal
Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri
Filma margarin serbaguna
Nama Pelaku Usaha
Nomor Sertifikat
Cari
Hasil 1 hingga 2 dari 2
Selanjutnya
NAMA PRODUK
PRODUSEN
NOMOR SERTIFIKAT
TANGGAL TERBIT
FILMA MARGARIN SERBAGUNA
SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGY Tbk
ID00410000188990621
02 September 2021
FILMA MARGARIN SERBAGUNA
SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGY Tbk
ID00410000188990621
02 September 2021
HALAL
INDONESIA
Kontak Kami
Ikuti Kami

Nori


Profil
Layanan
Informasi Publik
Pengumuman
Regulasi
IDN
Cek Produk Halal
Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri
SPAGHETI SAUS
PT INKENAS AGUNG
Nomor Sertifikat
Cari
Hasil 1 hingga 2 dari 2
Selanjutnya
NAMA PRODUK
PRODUSEN
NOMOR SERTIFIKAT
TANGGAL TERBIT
Saus Spaghetti Primasagung
PT. INKENAS AGUNG
ID00410000605570722
17 November 2022
Saus Spaghetti Primasagung
PT Inkenas Agung
-
HALAL
INDONESIA
Kontak Kami
Ikuti Kami

Dimsum


Profil
Layanan
Informasi Publik
Pengumuman
Regulasi
IDN
Cek Produk Halal
Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri
Norigo
KWANGCHEONKIM CO.,LTD.
Nomor Sertifikat
Cari
Hasil 1 hingga 3 dari 3
Selanjutnya
NAMA PRODUK
PRODUSEN
NOMOR SERTIFIKAT
TANGGAL TERBIT
Norigo Dosirak Seasoned Seaweed Original
KWANGCHEONKIM CO.,LTD.
ID00410016497170324
28 March 2024
Norigo Dosirak Seasoned Seaweed Spicy
KWANGCHEONKIM CO.,LTD.
ID00410016497170324
28 March 2024
Norigo Dosirak Seasoned Seaweed BBQ
KWANGCHEONKIM CO.,LTD.
ID00410016497170324
28 March 2024
HALAL
INDONESIA
Kontak Kami
Ikuti Kami


Profil
Layanan
Informasi Publik
Pengumuman
Regulasi
IDN
ADA DIMSUM SAUS CABE EKSTRA PEDAS
PT MAZZONI JAVA UTAMA
ID33310000229850521
16 January 2026
ADA DIMSUM SAUS TOMAT
PT MAZZONI JAVA UTAMA
ID33310000229850521
16 January 2026
Dimsum Ayam Original - Ada Catering
Ada Catering
ID31100377966312225
16 December 2025
Dimsum Ayam Kuah - Ada Catering
Ada Catering
ID31100377966312225
16 December 2025
Dimsum Ayam Mentai - Ada Catering
Ada Catering
ID31100377966312225
16 December 2025
Dimsum Ayam Topping Wortel - Ada Dimsum
ADA DIMSUM
ID32110000850160322
06 June 2025
Dimsum Ayam Topping Smoke Beef - Ada Dimsum
ADA DIMSUM
ID32110000850160322
06 June 2025
Dimsum Nori - Ada Dimsum
ADA DIMSUM
ID32110000850160322
06 June 2025
Dimsum Ayam Topping Jamur - Ada Dimsum
ADA DIMSUM
ID32110000850160322
06 June 2025
Dimsum Ayam Topping Spicy - Ada Dimsum
ADA DIMSUM
ID32110000850160322
06 June 2025

RIWAYAT HIDUPPENULIS

Penulis dilahirkan di Kota Bogor Jawa Barat pada tanggal 03 September 2001 sebagai anak ke tiga dari enam bersaudara dari pasangan Karsimin dan Kusmiati. Saat ini bertempat tinggal di Tanggerang Selatan Banten. Alamat Email : yudhaprmn22@gmail.com. Pendidikan SMA di tempuh di SMAN 2 Kota Bogor, lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2021, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama mengikuti kuliah di Fakultas Agama Islam UII, penulis aktif menjadi anggota Forum Kajian Ekonomi Islam (FKEI), aktif dalam Unit kegiatan Kajian dan Kepanitiaan.