**PROPOSAL USAHA**

**”AMBADIMSUM”**

****

Disusun oleh:

Kelompok 2

XI TERAPAN 1

**YAYASAN PENDIDIKAN PENGAJARAN DEWASA**

**SMA YAPPENDA**

**JAKARTA**

**2025**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Kebutuhan masyarakat akan makanan praktis dan lezat semakin meningkat seiring dengan gaya hidup yang serba cepat. Salah satu makanan yang banyak digemari dari berbagai kalangan adalah dimsum—makanan khas Asia yang dikenal dengan rasa gurih, tekstur lembut, serta penyajiannya yang mudah dan cepat. Seiring berkembangnya tren kuliner, dimsum kini dikreasikan dengan berbagai topping modern, salah satunya adalah saus mentai, yang merupakan perpaduan mayones dan saus pedas khas Jepang. Kombinasi ini menghasilkan cita rasa gurih dan creamy yang sangat digemari, terutama oleh anak muda.

Melihat peluang tersebut, kami menghadirkan Amba Dimsum, usaha kuliner yang berfokus pada penjualan dimsum mentai dengan kualitas premium namun harga terjangkau. Alasan utama memilih bisnis ini adalah karena dimsum merupakan produk yang mudah dibuat, bisa dijual secara fleksibel (siap makan maupun frozen), dan memiliki margin keuntungan yang cukup baik untuk skala usaha individu.

Tren industri makanan ringan dan jajanan kekinian di Indonesia terus mengalami peningkatan, terutama produk-produk yang viral di media sosial. Masyarakat saat ini cenderung mencari makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga unik dan menarik secara visual. Hal ini membuka peluang besar bagi produk seperti dimsum mentai untuk mendapatkan tempat di hati konsumen. Dengan strategi promosi yang tepat, Amba Dimsum dapat menjangkau target pasar yang luas, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga pekerja kantoran.

Selain menangkap peluang, bisnis ini juga hadir untuk menyelesaikan beberapa permasalahan di pasar. Banyak produk dimsum yang dijual dengan harga mahal atau kualitas yang tidak konsisten. Amba Dimsum berkomitmen untuk menyediakan dimsum yang enak, terjamin kebersihannya, dan dikemas secara menarik tanpa harus menguras kantong. Konsumen juga diberi kemudahan untuk memesan melalui berbagai platform, baik secara langsung maupun daring.

Dengan konsep yang sederhana namun menjanjikan, Amba Dimsum siap menjadi pilihan kuliner favorit yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan praktis, lezat, dan kekinian.

1. **Ringkasan Eksekutif**

AMBADIMSUM adalah usaha kuliner yang bergerak di bidang produksi dan penjualan dimsum halal dengan cita rasa khas nusantara. Mengusung konsep makanan cepat saji yang praktis namun tetap sehat, AMBADIMSUM menghadirkan berbagai varian dimsum seperti ayam, udang, dan sayur dengan bumbu racikan khas dan saus sambal spesial. Produk tersedia dalam bentuk siap saji dan frozen food, cocok untuk dinikmati di tempat maupun dibawa pulang. Dengan strategi pemasaran online dan offline, usaha ini menyasar konsumen yang menginginkan makanan lezat, higienis, dan terjangkau.

Visi dari AMBADIMSUM adalah menjadi brand dimsum lokal yang terdepan, dikenal karena kualitas rasa, kehalalan, dan inovasinya. Misi kami meliputi penyediaan produk berkualitas, pelayanan terbaik, pengembangan varian rasa yang kreatif, dan pemberdayaan tenaga kerja lokal.

- Unique Selling Proposition (USP)

AMBADIMSUM adalah dimsum dengan rasa khas nusantara, tanpa pengawet, bersertifikasi halal, dan disajikan dengan saus sambal homemade. Kualitas premium namun harga tetap terjangkau menjadi nilai jual utama kami.

- Target pasar utama

AMBADIMSUM adalah pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran, ibu rumah tangga, serta pecinta kuliner yang mencari alternatif makanan praktis dan sehat. Pemasaran difokuskan melalui media sosial, reseller, dan kemitraan.

- Estimasi modal awal

untuk memulai usaha ini adalah sekitar Rp500.000, mencakup pembelian bahan baku, peralatan masak, kemasan, branding. Dengan strategi pemasaran dan manajemen produksi yang efisien, usaha ini berpotensi menghasilkan keuntungan bersih sekitar Rp1.000.000 – Rp1.500.000 saat waktu selebrasi P5 dengan tema kewirausahaan. Peluang pertumbuhan lebih besar melalui sistem pre-order dan frozen food.

**BAB II**

**Gambaran Umum Rancangan Usaha**

1. **Deskripsi Usaha**

Dimsum adalah produk makanan yang terbuat dari campuran ayam, udang, tepung tapioka, dan beberapa seasoning sebagai pelengkap sekaligus penyedap rasa (taste) pada siomay dimsum.

Mentai disini adalah sebagai topping (saus) pelengkap hidangan dimsum ini, terbuat dari campuran mayonaise, saus sambal, dan tobiko (telur ikan) sehingga taste dari siomay dimsum lebih creamy dan nikmat saat dikonsumsi.

Dimsum adalah salah satu jenis makanan yang berasal dari Tiongkok dan telah menjadi favorit di banyak negara, termasuk Indonesia. Dikenal dengan beragam variasinya, dimsum biasanya disajikan dalam porsi kecil sehingga memungkinkan penikmatnya untuk mencicipi berbagai jenis dalam satu waktu. Salah satu variasi dimsum yang semakin populer adalah dimsum mentai. Menggabungkan kelezatan dimsum dengan saus mentai yang gurih dan pedas, hidangan ini menawarkan sensasi rasa yang unik dan menggugah selera.

1. **Analisis Pasar**
2. **Target Pasar**

Usaha AMBADIMSUM menyasar konsumen dari berbagai kalangan yang menyukai makanan praktis dan lezat, khususnya dimsum. Target pasar diklasifikasikan sebagai berikut:

• Pelajar dan Mahasiswa:

Mencari camilan praktis, enak, dan murah. Dimsum sangat cocok sebagai makanan ringan setelah sekolah/kuliah.

• Pekerja Kantoran:

Membutuhkan makanan cepat saji untuk makan siang atau camilan sore yang mudah dibeli secara online.

• Ibu Rumah Tangga:

Sering membeli makanan ringan untuk keluarga atau stok camilan beku (frozen food) di rumah.

• Umum (penggemar street food):

Masyarakat yang senang mencoba makanan kekinian, khususnya jajanan gurih dengan harga terjangkau.

1. **Analisis Kompetitor**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetitor | Kelebihan | Kekurangan |
| 1. Pedagang dimsum kaki lima | Murah, mudah ditemukan | Kurang Higienis |
| 1. Dimsum Frozen Minimarket | Tahan lama, tersedia dimana saja | Rasa standar, tidak fresh |
| 1. Brand Dimsum Online Besar | Banyak pilihan rasa | Harga mahal |

1. **Strategi Pemasaran**

a. Penjualan Online dan Pre-Order:

• Melayani pemesanan melalui Instagram, WhatsApp, dan Shopee

• Sistem pre-order harian untuk menjamin kesegaran produk

b. Promosi di Media Sosial:

• Membuat konten menarik seperti foto dimsum, video pembuatan, testimoni pelanggan

• Mengadakan promo seperti “Beli 3 Gratis 1” atau diskon pembelian pertama

c. Program Reseller dan Dropship:

• Mengajak pelajar atau ibu rumah tangga menjadi reseller untuk memperluas jangkauan pasar

d. Penawaran Paket & Hampers:

• Menjual dalam bentuk paket isi 5/10 pcs, dan paket frozen

• Menyediakan hampers dimsum untuk ulang tahun, hantaran, atau acara khusus

e. Kolaborasi Lokal:

• Menitipkan produk di warung, kantin sekolah, atau kafe lokal

• Berpartisipasi dalam bazar UMKM dan event komunitas

1. **Rencana Operasional**
2. **Struktur Organisasi**
3. Pemilik Usaha (Owner)

Tugas:

• Mengelola seluruh kegiatan usaha

• Mengambil keputusan terkait produksi, keuangan, dan pemasaran

• Menyusun strategi pengembangan usaha

• Bertanggung jawab terhadap kualitas dan keberlangsungan usaha

1. Bagian Produksi

Tugas:

• Menyiapkan bahan baku

• Membuat adonan dan isian dimsum

• Mengolah (mengukus atau membekukan) dimsum sesuai pesanan

• Menjaga kebersihan dan kualitas makanan

1. Bagian Pemasaran dan Penjualan

Tugas:

• Mempromosikan produk melalui media sosial (Instagram, WhatsApp, Shopee)

• Melayani pesanan dan menjawab pertanyaan pelanggan

• Mengatur jadwal pengantaran atau pengambilan pesanan

4. Bagian Keuangan

Tugas:

• Mencatat pemasukan dan pengeluaran harian

• Menghitung laba rugi

• Mengelola modal dan keuangan operasional

• Menyusun laporan keuangan sederhana

1. **Proses Produksi**

Proses Produksi dan Layanan

1. Persiapan Bahan

• Menyiapkan bahan baku segar seperti daging, kulit dimsum, dan saus mentai.

1. Produksi Dimsum

• Mengolah isian, membungkus, mengukus dimsum, dan menyiapkan saus mentai.

1. Pengemasan

• Mengemas dimsum dalam wadah food-grade, menambahkan stiker/label brand.

1. Penerimaan Pesanan

• Menerima dan mencatat pesanan via WA, IG, atau marketplace.

1. Pengiriman

• Mengirim pesanan melalui kurir atau ambil langsung.

1. Layanan Pelanggan

• Menjawab pertanyaan, menerima feedback, dan memberi promo pelanggan.

1. **Lokasi Bisnis dan Sarana yang Dibutuhkan**

Bisnis dimsum mentai bisa dijalankan dari:

• Dapur rumah pribadi (home-based business) sebagai awal usaha, untuk menghemat biaya sewa.

• Bisa juga menitipkan produk di:

• Warung/kantin sekolah

• Kafe lokal

• Bazar UMKM dan event komunitas

Kriteria lokasi yang ideal:

• Mudah dijangkau kurir/ojek online

• Aman dan bersih (memenuhi standar kebersihan makanan)

• Dekat dengan target pasar (pelajar, mahasiswa, pekerja)

**BAB III**

**PENUTUP**

1. **Rencana Keuangan**
2. **Estimasi Modal Awal**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Kebutuhan** | **Jumlah** | **Estimasi** |
| 1 | Bahan baku awal (ayam, kulit, pangsit, bumbu, dll) | 1x produksi | Rp. 150.000 |
| 2 | Peralatan (kukusan, sendok, baskom, plastik) | Sekali beli | Rp. 200.000 |
| 3 | Kemasan (mika, stiker label, plastik wrap) | 20 pcs | Rp. 50.000 |
| 4 | Biaya promosi awal | sekali | Rp. 50.000 |
| 5 | Biaya cadangan |  | Rp. 50.000 |
|  | **Total** |  | **Rp. 500.000** |

1. **Biaya Produksi dan Operasional**

|  |  |
| --- | --- |
| **Kebutuhan** | **Estimasi Biaya** |
| Daging ayam 500 gr | Rp. 35.000 |
| Kulit dimsum 50 lembar | Rp. 20.000 |
| Bumbu & minyak | Rp. 10.000 |
| Kemasan (10 pcs) | Rp. 25.000 |
| Gas dan listrik | Rp. 10.000 |
| **Total Biaya Produksi** | **Rp. 100.000** |

1. **Estimasi Harga Jual dan Pendapatan**

Estimasi Harga Jual dan Pendapatan

• Harga jual per dimsum: Rp3.500

• Penjualan per hari: 30 pcs × Rp3.500 = Rp105.000

• Laba kotor harian: Rp105.000 - Rp100.000 = Rp5.000 (jika hanya 30 pcs)

Strategi laba sebenarnya:

* Jual minimal 50 pcs/hari:

50 × Rp3.500 = Rp175.000 pendapatan

Estimasi biaya produksi: Rp120.000

Laba bersih per hari: Rp55.000

1. **Strategi Mendapatkan Keuntungan**
2. Sistem Pre-Order:

• Hindari stok berlebih, produksi sesuai pesanan agar bahan tidak terbuang.

1. Jual Paket Hemat:

• Paket 5 pcs Rp17.000, paket 10 pcs Rp33.000 (mendorong pembelian lebih banyak sekaligus).

1. Penjualan Frozen Dimsum:

• Tahan lebih lama, bisa dijual dalam jumlah lebih besar (isi 10–20 pcs).

1. Promosi Efektif:

• Gunakan media sosial gratis seperti Instagram dan WhatsApp Story untuk promosi harian.

1. Reinvest Keuntungan Awal:

• Laba awal digunakan untuk menambah stok kemasan, bahan baku, dan memperluas promosi.

1. Estimasi Balik Modal

• Jika rata-rata laba bersih harian Rp30.000–Rp50.000:

Maka balik modal awal Rp500.000 dapat tercapai dalam 10–17 hari produksi aktif.

1. **Strategi Pengembangan Bisnis**
2. **Rencana Jangka Pendek**

Pada tahun pertama, Ambadimsum akan fokus pada penguatan fondasi bisnis dan penetrasi pasar lokal. Strategi yang akan dilakukan antara lain:

1. Peningkatan Branding dan Promosi: Melalui media sosial, pemasaran dari mulut ke mulut, dan kerja sama dengan food vlogger lokal untuk meningkatkan awareness merek.
2. Optimalisasi Penjualan Online dan Offline: Menggunakan platform seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, serta menjual langsung di stand/kios pada acara lokal atau bazar.
3. Penguatan Sistem Operasional: Menyusun SOP produksi dan pelayanan untuk menjamin kualitas dan efisiensi.
4. Menjaga Konsistensi Kualitas Produk: Dengan pelatihan karyawan dan penggunaan bahan baku berkualitas.
5. Target utama dalam jangka pendek ini adalah mencapai break-even point (BEP) dan membangun basis pelanggan setia.
6. **Rencana Jangka Panjang**

Dalam jangka panjang, Ambadimsum akan fokus pada ekspansi dan pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Strategi meliputi:

1. Pembukaan Cabang Baru: Menambah outlet di beberapa lokasi strategis, seperti pusat perbelanjaan atau kampus.
2. Peningkatan Kapasitas Produksi: Investasi pada peralatan dapur dan penambahan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan yang semakin besar.
3. Kemitraan dan Waralaba: Menyusun sistem waralaba agar produk dapat menjangkau wilayah yang lebih luas melalui mitra usaha.
4. Diversifikasi Produk: Menambah varian dimsum serta minuman khas pendamping, seperti teh susu dan es herbal.
5. Sertifikasi dan Legalitas: Mendapatkan izin usaha, PIRT, dan halal dari MUI sebagai bekal ekspansi ke pasar nasional.
6. **Inovasi dan Pengenmbangan Produk**

Untuk menghadapi persaingan dan menarik lebih banyak pelanggan, Ambadimsum akan terus melakukan inovasi, di antaranya:

1. Varian Rasa Baru: Menyesuaikan dengan tren makanan, seperti dimsum keju pedas, dimsum isi rendang, dan lainnya.
2. Kemasan Ramah Lingkungan dan Estetik: Menggunakan kemasan menarik yang ramah lingkungan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual.
3. Paket Spesial dan Bundling: Menawarkan paket hemat atau bundling untuk pelanggan yang membeli dalam jumlah banyak.
4. Layanan Pre-Order dan Catering: Menyediakan layanan untuk acara khusus seperti ulang tahun, arisan, dan rapat.
5. Interaksi Pelanggan: Melibatkan pelanggan dalam voting varian rasa baru dan memberikan reward untuk pelanggan setia
6. **Kesimpulan dan Penutup**

Ambadimsum hadir sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat akan makanan praktis, lezat, dan terjangkau, sekaligus menjawab tren kuliner yang terus berkembang. Dengan fokus pada dimsum mentai berkualitas premium namun tetap ekonomis, Amba Dimsum berhasil menggabungkan cita rasa khas Asia dengan inovasi modern yang digemari berbagai kalangan, terutama anak muda. Konsep ini diperkuat dengan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial dan kemitraan, yang mampu menjangkau target pasar secara luas, mulai dari pelajar hingga pekerja kantoran.

Bisnis ini tidak hanya menawarkan produk makanan, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa kemudahan akses, fleksibilitas pilihan (siap saji maupun frozen), dan jaminan kualitas serta kebersihan. Dengan modal awal yang relatif kecil dan potensi keuntungan yang menjanjikan, Amba Dimsum menunjukkan bahwa usaha kuliner skala kecil dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Keberhasilan Amba Dimsum membuktikan bahwa inovasi, konsistensi, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen adalah kunci utama dalam menjalankan bisnis..

Sebagai langkah ke depan, Ambadimsum berencana memperluas jaringan distribusi, termasuk membuka gerai-gerai di berbagai kota besar di Indonesia.

Selain itu, kami juga tengah mengeksplorasi peluang untuk memperkenalkan produk ini ke pasar internasional. Dengan memanfaatkan tren digitalisasi, Amba Dimsum akan terus berinovasi, baik dalam pengembangan produk maupun strategi pemasaran, guna menjaga relevansi dan daya saing di pasar global

**LAMPIRAN**

1. **Gambaran Produk**

****

1. **Desain Produk**

****

1. **Makna Logo**

1. Pria berbaju biru muda:

Warna biru muda sering dikaitkan dengan kesan ramah, bersih, dan profesional. Sosok pria ini mungkin melambangkan pemilik atau maskot dari merek tersebut orang yang penuh semangat dan berkomitmen terhadap kualitas produk.

2. Memegang steamer dengan dimsum:

Steamer berisi dimsum menunjukkan fokus utama produk, yaitu makanan khas Asia yang disajikan hangat dan segar. Ini menekankan keunikan dan otentisitas kuliner yang ditawarkan.

3. Kuping kucing di kepala pria:

Atribut kuping kucing memberikan kesan lucu, menggemaskan, dan friendly. Ini bisa menargetkan audiens muda atau pencinta budaya pop Jepang/Korea, sekaligus menambahkan daya tarik visual yang mudah diingat.

4. Latar belakang kuning:

Warna kuning melambangkan keceriaan, energi positif, dan daya tarik visual yang tinggi. Ini mengundang perhatian dan memberikan kesan bahwa brand ini ceria, menyenangkan, dan penuh semangat.

Keseluruhan makna logo:

Logo ini menggambarkan sebuah brand kuliner (terutama dimsum) yang ingin tampil fun, bersahabat, otentik, dan kekinian, dengan pendekatan visual yang mudah dikenali dan disukai oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

1. **Makna Produk**

Dim sum adalah hidangan tradisional Tiongkok yang berasal dari Dinasti Song dan telah menjadi bagian integral dari tradisi minum teh (yum cha). Hidangan ini telah menyebar ke berbagai negara dan mengalami adaptasi lokal, serta menjadi populer di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Bersamaan dengan logo, dimsum menurut kami adalah makanan yang bisa dinikmati semua orang, selain rasanya lezat, dimsum dapat menciptakan kehangatan dan kebersamaan.

1. Dim sum adalah hidangan tradisional Tiongkok yang berasal dari Dinasti Song dan telah menjadi bagian integral dari tradisi minum teh (yum cha). Hidangan ini telah menyebar ke berbagai negara dan mengalami adaptasi lokal, serta menjadi populer di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Dim sum adalah hidangan tradisional Tiongkok yang berasal dari Dinasti Song dan telah menjadi bagian integral dari tradisi minum teh (yum cha). Hidangan ini telah menyebar ke berbagai negara dan mengalami adaptasi lokal, serta menjadi populer di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia.