

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

1.1 Gambaran Umum Bisnis

1.1.1 Deskripsi Bisnis

Dimsum Boss “*Katakan Dengan Rasa*” adalah salah-satu ide bisnis yang tercipta pada 5 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2019. Peluang UMKM pada masa itu sangatlah menguntungkan. Berasal dari dorongan keluarga untuk membuka usaha mandiri untuk memberikan peluang usaha bagi banyak orang. Dimulai dari modal sendiri yang sangat cukup untuk membuka usaha produksi di rumah.

Terinspirasi dari makanan alternatif kami memilih kudapan yang sangat digemari orang banyak orang dan makanan tersebut termasuk *healty food* dikarenakan makanan dikukus lebih praktis dan sehat. Dimsum merupakan makanan tradisional *Republik Rakyat Tiongkok Selatan (Hongkong)* yang menghadirkan makanan yang berukuran pas dimulut dan dihidangkan dalam tempat berukuran kecil yang sering disebut dengan (*klakat*) tempat yang terbuat dari bambu yang dirakit berbentuk bulat yang mudah untuk masuk dalam kukusan. Masyarakat *Republik Rakyat Tiongkok Selatan* dalam makanan dimsum ini biasanya dihidangkan pada pagi hari untuk sarapan atau biasa untuk cemilan siang dalam jumlah yang sedikit. Bahan utama dimsum terbuat dari olahan ayam dan udang.

Pada saat itu UMKM memiliki potensi yang sangat luas untuk membuka ide bisnis. Pertama kali kami terjun dalam UMKM tersebut dengan melakukan riset yang dimana penggemar dimsum di tahun 2019 ini meningkat dikarenakan adanya

Street food yang sangat menjamur dikalangan masyarakat. Pada tahun 2019 usaha mikro, kecil dan menengah atau yang sering disebut (UMKM) ini memiliki 65,5 juta jumlah ini meningkat 1,95% dibandingkan 2018 yang sebanyak 64,2 juta unit UMKM. Adapun Produk Domestik Bruto (PDP) yang menyumbangkan 60,51% terhadap PDB atas harga konstan, kontribusi UMKM mencapai 57,14%. Serta 119,6 juta tenaga kerja 96,92% sementara ekspor mencapai 339,2 triliun sekitar 15,65% pada tahun 2019 dilansir (*databooks 2019*). Maka dari itu ide bisnis Dimsum boss terciptakan. Dengan mengandalkan skill yang kreatif dan inovatif yang menciptakan bukan hanya menjual produk melainkan membuka peluang usaha seluas-luasnya bagi pekerja ataupun pemilik.

Mulai dari tahun 2019, Dimsum Boss bekerja pada konsep bisnis atau rencana yang berada pada sektor *F&B* yang menghadirkan kudapan atau alternatif pada makanan berat. Tetapi dengan adanya *COVID-19* usaha kami sempat berhenti dan kehilangan arah mulai dari perencanaan awal dan persiapan kami ini tertunda hingga akhir 2020 silam. Namun, pada tahun 2020 kami hanya menawarkan dimsum secara Online tidak menawarkan makan ditempat dikarenakan pandemi *COVID-19* membuat usaha kami terhalang dengan adanya pandemi ini. Pada tahun 2021, akhirnya kami membuat kemajuan dengan meluncurkan usaha makanan pinggir jalan (*Street Food*) Pertama kali sebagai usaha UMKM di Jl. Lengkong Kecil No. 28, Paledang, Kec Lengkong, Kota Bandung. 40261.

Dimsum Boss adalah usaha yang dilakukan secara kecil atau UMKM. Skala dari usaha UMKM ini memberikan pengalaman bagi kami untuk membangun bisnis dengan bermodalkan mandiri. Skala yang kami ambil ini pun cukup untuk memulai bisnis kami ini. Dalam keterbatasan produksi, jaringan bisnis yang kecil,

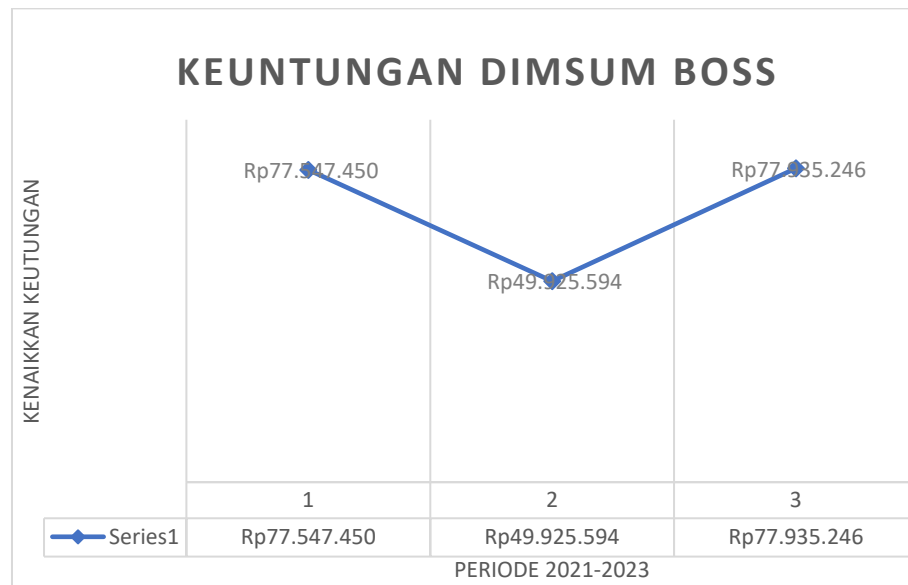
sumber daya, serta keinginan konsumen terhadap produk kami yang belum memenuhi syarat dalam permintaan konsumen.

Dimsum Boss dalam segmentasi pasar utama yaitu kudapan makanan sebagai pasar utama dalam memenuhi *revenue* yang kami dapatkan setiap bulannya. Sudah tercatat dalam pembukuan yang kami miliki. Kami tidak hanya menjual produk melainkan jasa seperti acara tertentu untuk acara *wedding*, perkantoran, dan perorangan.

Dalam menjalankan Dimsum Boss ini pedapatan yang sangat penting bagi kami dalam meningkatkan omset ini yang kami melakukan inovasi dan kreatifitas dalam mempertahankan ide bisnis kami.

Di era digital ini pun meningkatkan target bisnis ***Dimsum Boss*** memperluas sarana dan menilai *trend* yang suda ada. Dengan Judul Tugas Akhir “**MENINGKATKAN OMSET PRODUKSI BISNIS DIMSUM BOSS**”. Tujuan dari hal tersebut dengan cara membuat ide marketing yang lebih menarik. Memberikan kualitas produk yang baik. Kami berkomitmen memberikan para pelanggan rasa yang otentik dengan standar tinggi layanan yang ramah dan *professional*.

Gambar 1. 1 Laporan Keuangan Dimsum Boss Periode 2021-2023



Sumber : Olahan Penulis, 2024

Dimsum Boss memiliki Laporan Keuangan dalam Periode 2021-2023. Laporan tersebut adalah keuntungan bersih yang kami miliki dalam 3 periode dalam 1 tahunnya. Dihitung dari 12 bulan kami mendapatkan keuntungan hingga Rp. 70.000.000., per tahunnya. Kami akan meningkatkannya dengan pengembangan produk dan dengan peningkatan dari *street food* pindah menjadi kedai.

Tabel 1. 1 Menu Engginering Dimsum BossTabel

TAHUN	ITEM NUMBER	ITEM FOOD COST	%
	OFSOLD	Rp.	
2021	4803	Rp 16.000	6,43%
2022	4066	Rp 16.000	6,64%
2023	4910	Rp 16.000	6,41%

Sumber: Olahan Penulis, 2024

1.1.2 Deskripsi Logo dan Nama

Logo merupakan *symbol* dari suatu Perusahaan, Menurut teori buku *Wheeler (2009)*. Bagaimana Perusahaan mempresentasikan visi dan misi sebagai segmentasi yang dituju sebagai target pasar kepada Masyarakat. Logo memiliki karakter yang mencerminkan dari Perusahaan tersebut. Salah satu rebranding logo yang dibuat secara menarik dan sederhana dapat memudahkan Masyarakat untuk mengetahui dan mudah dikenali.

Gambar 1. 2 Logo Dimsum Boss



Sumber : Olahan Penulis, 2024

LOGO DIMSUM BOSS

1. Gambar Dimsum memberikan rasa kegembiraan bagi setiap kebersamaan yang kami hadirkan.
2. Gambar Uap memberikan kehangatan dalam setiap hidangan yang kami berikan.
3. Gambar Klakat adalah salah satu *symbol* merangkul bagi setiap konsumen untuk percaya dengan keunggulan dimsum kami.

4. Simbol Sumpit memberikan rasa ikatan yang melekat dengan produk dimsum kami.
5. Tulisan “Dimsum Boss” yang merupakan *brand* yang kami sajikan yang bertujuan untuk mengenalkan kepada Masyarakat terhadap produk yang kami jual.

Warna pada logo tersebut yang memiliki makna yang beragam agar terus diingat oleh konsumen bahwa dimsum ini disukai bagi para masyarakat.

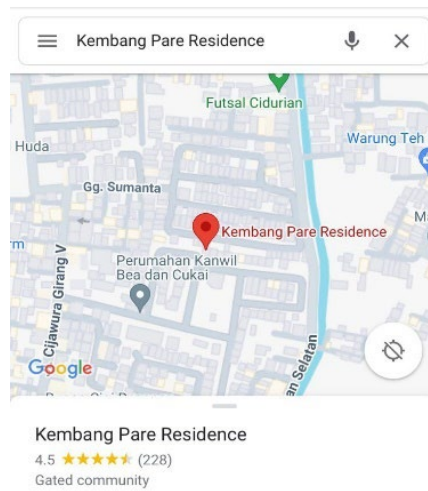
- Warna Kuning dari psikologi warna adalah perasaan positif, optimis, bahagia dan ceria. Maka dari itu warna ini menunjukkan bahwa memiliki kerja yang optimis dan positif.
- Warna Putih melambangkan arti kebersihan hati, kebaikan, dan natural. Bertujuan jelas bahwa warna putih adalah melihat bahwa bisnis tersebut jelas dan selalu terlihat natural.
- Warna Coklat dalam bisnis ini mengartikan kenyamanan, keamanan, dan kerendahan hati.

Nama bisnis ini memiliki kata yang dapat diingat “***Katakan Dengan Rasa***” yang bermakna bahwa kami sangat berfokus dalam hidangan yang berkualitas namun harga yang dapat bersaing dan kompetitif.

1.1.3 Identitas Bisnis

Dalam berbisnis tentu saja lokasi adalah salah-satu *situs* bisnis yang secara garis bawah mempengaruhi keinginan pelanggan untuk mengunjungi dan membeli suatu produk tersebut dan kesuksesan dimasa depan akan tergantung dari suatu pelaku usaha tersebut dalam pemilihan lokasi yang tepat dan *strategis*. Lokasi dari bisnis itu sendiri merupakan faktor utama untuk melakukan keberlangsungan yang bertujuan untuk menghasilkan profit. Lokasi atau tempat ini akan berpengaruh terhadap *strategi* bisnis yang akan dilakukan. Karena lokasi adalah komponen yang harus dipertimbangkan secara matang mulai dari aksesibilitas, fasilitas, tempat parkir, ekspansi, pemasokan *supplier*, dari lingkungan tersebut. *Suwarman (2004)*.

Gambar 1. 3 Lokasi Produksi Dimsum Boss



Sumber : Google Maps, 2024

Pada gambar tersebut adalah *Home Production* di Jl. Kembang Pare B29, Sekejati, Buahbatu, Margacinta, Kota Bandung, Jawa Barat 40287.

Tabel 1. 2 Data Perusahaan Dimsum Boss

1	Nama Perusahaan	Dimsum Boss
2	Bidang Usaha	Kedai
3	Jenis Produk	Makanan ringan / Kudapan
4	Alamat Perusahaan	<i>Komp. Kembang Pare Recidence blok B 29 BuahBatu Margacinta Jawa Barat 40287</i>
5	Nomer Telpon	08735297115
6	Alamat Email	Lutchu27@gmail.com

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 3 Data Owner Dimsum Boss

1	Nama	Erna Wulan Sari
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Tempat, Tanggal lahir	Sumedang, 09 Agustus 1987
4	Alamat	<i>Komp. Kembang Pare Recidence blok B 29 BuahBatu Margacinta Jawa Barat 40287</i>
5	No. Hp	085735297115
6	Email	Ernawulansari@tso.astra.co.id
7	Peran Dalam Perusahaan	Pemilik

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 4 Data Owner Dimsum Boss

1	Nama	RA. Putri Indah W
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Tempat, Tanggal lahir	Bandung, 30 Juni 2002
4	Alamat	<i>Komp. Cilame Permai jln. Ampu blok bb 08 RT 09/RW 19 Kab. Bandung barat, Kec. Ngamprah, Desa cilame 40552</i>
5	No. Hp	085179806924
6	Email	Putriindahw27@gmail.com
7	Peran Dalam Perusahaan	Pemilik

Sumber: Olahan Penulis 2024

1.2 Visi dan Misi

Visi

Berkomitmen terhadap peluang bisnis yang kami miliki agar mendorong kualitas terbaik untuk menjadikan produk unggulan bagi semua kalangan. Serta memberi pengalaman yang tak terlupakan dari pelayanan yang kamu berikan. Tentu saja dengan memberikan peluang usaha bagi karyawan dan pelaku usaha untuk meraih kesuksesan bersama.

Misi

- Memberikan peluang bisnis yang akan kami tingkatkan agar berfokus terhadap pada peningkatan produksi.
- Selalu memberikan kebebasan bagi para karyawan agar terciptanya kenyamanan kerja.

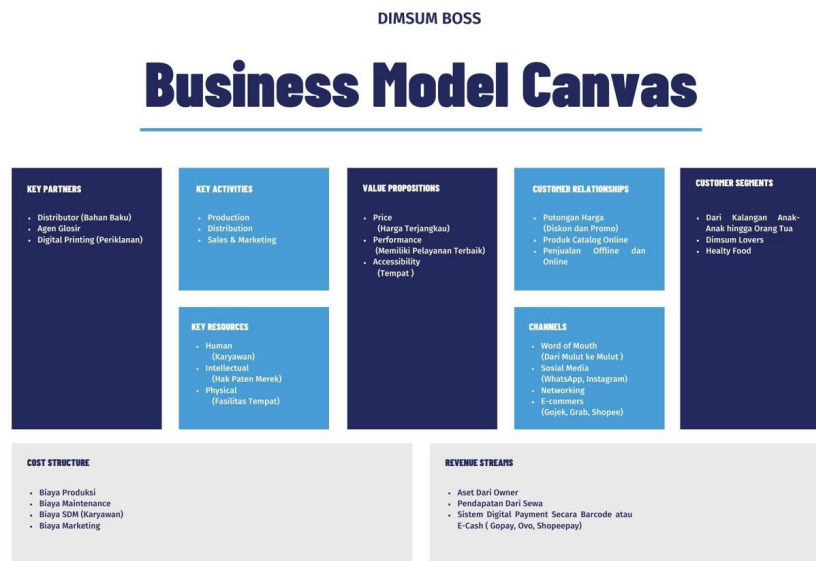
- Serta menjadikan bisnis ini dapat diterima oleh Masyarakat dengan adanya pelayanan yang terbaik. Menjadikan kekuatan dan kepercayaan terhadap keinginan konsumen..

1.3 Gambaran Umum Model Bisnis

Model bisnis canvas ini adalah alat yang sangat digemari untuk membuat suatu model Perusahaan. Bisnis model canva mudah mengidentifikasi tautan dan ketergantungan berkat gambaran *visual* yang mencakup semua komponen bisnis yang penting dalam satu gambar. BMC menurut *osterwalder & Yves Pigneur 2014*, BMC ini memiliki Sembilan blok bangunan bisnis yang menjelaskan tentang sistem organisasi dan bagian bagian terpenting dalam dunia bisnis yang menciptakan manfaat dan juga kepuasan terhadap pelanggan. Berikut komponen dari BMC yaitu, *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer relationship, Revenue Streams, Key Resource, Key Activities, Key Partnerships dan Cost structure*. Mendalami BMC adalah salah satu pelaku usaha untuk menjabarkan, menganalisis, dan merancang secara kreatif dan inovatif dalam mengevaluasi. Dalam menggambarkan upaya untuk menyediakan, membentuk dan menangkap dimensi pasar dan menekankan permintaan dengan menemukan nilai lebih. Bisnis model canvas ini disajikan dalam grafis sebagai gambar taua canvas dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dari sebuah Perusahaan.

Dimsum boss melakukan gambaran umum model bisnis canva. Dimsum boss bisnis dalam makanan kudapan yang produk utamanya adalah dimsum dengan skala bisnis UMKM dan kepemilikan perseorangan. Target pasar mencakup semua kalangan mulai dari anak muda, pekerja kantoran dan orang tua yang menyukai dimsum.

Gambar 1. 4 Bisnis Model Canva Dimsum Boss



Sumber: Olahan Penulis, 2024

1.1 SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategi menurut *Rakuti (2013)*, digunakan untuk menganalisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman proyek atau perusahaan serta produk yang hadir dan pesaingnya sendiri. Analisis ini adalah salah satu syarat yang umum dilakukan untuk menguji seberapa jauh mengenal bisnis produk ini.

Sebelum melakukan SWOT analisis memerlukan analisis PEST (*politics, Economy, Sosial, Technology*), 4P (*Products, Price, Promotion*), dan 6M (*Manpower, Method, Machine, Material, Milieu, Measurement*). Analisis tersebut mendukung dalam pembuatan BMC.

Pada awal menggunakan analisis PEST

1. *Politics* Analisis bisnis Masyarakat yang didukung oleh politik dalam suatu negara.
2. *Economy* Analisis terhadap pertumbuhan ekonomi negara dan ekonomi dari setiap penduduk.
3. *Social* Analisis konsumen terhadap pemilihan minat dan kebiasaan budaya yang melekat.

Technology Analisis perkembangan teknologi yang dapat memudahkan dalam pemasokkan bahan baku hingga distribusi.

Tabel 1. 5 Analisis PEST Dimsum Boss

<p><u>Politics</u></p> <p>Pemerintah sangat mendukung dalam hal UMKM. Pemerintah pun menyediakan insentif dalam dukungan untuk pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan kontribusi yang dibutuhkan bagi Negara Indonesia. (Pemerintah, 2021).</p>	<p><u>Economy</u></p> <p>Kementrian Koordinasi Urusan Ekonomi RI pada 1 Oktober 2022 mengatakan 99% dari Perusahaan di Indonesia adalah UMKM, menunjukan bahwa peran tersebut sangat berpengaruh bagi pertumbuhan UMKM.</p>
<p><u>Social</u></p> <p>Kebutuhan konsumen terhadap perubahan <i>tren</i> makanan dalam pemilihan minat pada makanan sehat dapat mempengaruhi pengembangan menu.</p>	<p><u>Technology</u></p> <p>Perubahan Zaman yang semakin canggih banyaknya usaha yang dilakukan melalui kemudahan di <i>platform sosial media E-commerce</i> yang memudahkan penjual dan pelanggan untuk mencapai tujuan bersama.</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Analisis PEST (*Politics, Economy, Social, Technology*). Tidak banyak berpengaruh dari faktor yang mempengaruhi dari kegiatan suatu perusahaan yang dilakukan.

Pada analisis yang saya analisis menggunakan metode 4P yaitu : (*Products, Price, Place, Promotion*). Empat pilar tersebut untuk memperkuat strategi marketing usaha.

1. *Products*: Produk adalah salah satu hal terpenting bagi berjalannya usaha yang akan dijalankan.
2. *Price*: Menentukan harga itupun hal yang sangat penting agar mendapat keuntungan yang diinginkan oleh pemilik
3. *Place*: Tempat menjadi aspek terpenting bagi pelanggan untuk merasakan hidangan dengan memberikan rasa nyaman untuk menghadirkan produk ini.
4. *Promotion*: Tanpa adanya promosi dalam suatu usaha semua itu tidak akan berjalan dengan semestinya. Demikianlah yang harus dimiliki kesan keinginan seseorang pelanggan terhadap produk yang kami jual.

Tabel 1. 6 Analisis 4P Dimsum Boss

<p><i>Products</i></p> <p>Produk Dimsum Boss memiliki beberapa jenis dimsum. Mulai dari dimsum kukus hingga goreng dan mempunyai <i>Bestseller</i> dimsum ialah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dimsum Hakau 2. Dimsum Ekado 3. Lumpia Kulit Tahu Udang 4. Dimsum <i>Mozzarella</i>. 	<p><i>Price</i></p> <p>Harga Produk Dimsum Boss memiliki beberapa kategori:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga Paket Reseller 2. Harga Promo 3. Harga akhir untuk penjualan langsung untuk pelanggan.
<p><i>Place</i></p> <p>Tempat yang disediakan adalah <i>Steet Food</i> namun kami akan melakukan pengembangan dengan membuka kedai dengan memiliki <i>Home Production</i> tersendiri.</p>	<p><i>Promotion</i></p> <p>Promosi dari Dimsum Boss memiliki beberapa jenis:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Media Sosial: <i>Instagram</i> dan <i>Marketplace</i>, (<i>Grab</i>, <i>GoFood</i>, dan <i>shopee food</i>. 2. Media Langsung: Event, Kedai.

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Langkah selanjutnya dengan menggunakan analisis 6M dapat pengaruhi komponen produksi. Komponen 6M tersebut (*Manpower, Method, Machine, Material, Milieu, Measurement*). 6 aspek ini membentuk elemen kegiatan manajemen yang George R. Terry Percaya penting untuk diterapkan dalam bisnis untuk meningkatkan SWOT analisis. Dari elemen tersebut akan memperkuat dalam beberapa aspek.

Tabel 1. 7 Analisis 6M

<i>Man</i> Dimsum Boss memiliki enam karyawan diantaranya Owner, Head Cook, Cook, Waiters.	<i>Method</i> Kami memiliki prosedur dalam memasak dengan konsisten dan untuk menciptakan rasa yang konsisten dan di jamin dalam kualitas. Dan memiliki proses oprasional dalam pemesana hingga penyajian dan dipastikan <i>efesien</i> .	<i>Machine</i> 1. Produksi 2. Peralatan 3. Sistem Pengemasan 4. <i>Marketing</i> dan <i>Branding</i>
<i>Material</i> 1. Menjaga Kualitas Bahan Baku 2. Pengemasan	<i>Milieu</i> 1. Kontaminasi terhadap produk	<i>Measurement</i> 1. Penilaian Kualitas 2. Analisis biaya

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Dalam analisis 6M ini dapat membantu lingkungan untuk memahami bahwa faktor *eksternal* dapat sangat berdampak pada usaha dimsum ini. Dalam tindakan yang diambil untuk selalu menjaga keberlangsungan usaha yang sudah ada ini melihat dari strategi usaha tersebut, dan untuk penunjang secara sistimatis akan dapat lebih dikembangkan dengan mengetahui seberapa makanan itu dapat terkontaminasi terhadap produk dan dapat diatasi dan melihat kembali bahwa penilaian kulitas dan analisis dari modal biaya tersebut mencukupi.

Tabel 1. 8 Matriks TOWS Dimsum Boss

Matriks TOWS	<i>Opportunity</i> 1. Produk serupa lebih mahal 2. Pertumbuhan pasar dengan makanan cepat saji 3. Peluang baru dengan adanya di daerah baru untuk menarik pelanggan.	<i>Threat</i> 1. Memiliki pesaing yaitu kompetitor. 2. Masyarakat yang mudah bosan.
<i>Strength</i> 1. Kegemaran/reputasi positif di kalangan konsumen. 2. Memiliki tempat yang memadai 3. Dengan menambah kedai baru 4. Sumber daya keuangan yang cukup.	Strategi S-O Merancang strategi dalam penambahan menu dan tempat baru yang sesuai dalam peningkatan Omset.	Strategi S-T Menetapkan suatu strategi untuk selalu berhati-hati dalam resiko dalam persaingan.
<i>Weakness</i> 1. Kurangnya kapasitas produksi yang terbatas pada lokasi saat ini.	Strategi W-O Untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan berpindahnya <i>Street food</i> ke kedai baru. Dan membangun strategi pemasaran	Strategi W-T Dengan menganalisis biaya yang tepat untuk mencegah dalam peningkatan bahan baku dan minat para konsumen.

2. Kurangnya pengalaman dalam mengelola kedai. Promosi dan pemasaran yang kurang kuat dan konsisten.	yang kuat untuk mendukung berjalannya kedai dan mempromisikan menu baru.	
--	--	--

Sumber: Olahan Penulis, 2024

1. *Strength*

- a. Kekuatan yang dilakukan dalam usaha Dimsum Boss telah memiliki reputasi yang positif dari konsumen.
- b. Memiliki tempat yang memadai adalah salah satu kekuatan untuk mengenal lebih jauh produk Dimsum Boss.
- c. Memiliki cara untuk memperkuat jaringan konsumen dengan cara memindahkan *Sstreet Food* menjadi Kedai.
- d. Sumber daya keuangan yang cukup dapat menstabilkan biaya produksi yang sangat berperan penting bagi usaha dimsum.

2. *Weakness*

- a. Kurangnya produksi yang terbatas itu membuat kapasitas dari produksi dimsum.
- b. Promosi dan pemasaran yang kurang kuat membuat penghabatan dalam suatu proses keberlangsungan usaha dimsum.
- c. Kemiripan produk dapat ditiru dengan menu yang ditawarkan.

3. *Opportunity*

- a. Dari keseluruhan produk yang serupa *relative* lebih mahal perpersinya.
- b. Produk yang mudah dihidangkan dikarenakan cepat saji yang dapat memudahkan konsumen.
- c. Peluang baru dengan adanya di daerah baru untuk menarik pelanggan adalah peluang besar bagi keberlangsungan usaha dimsum.

4. *Threat*

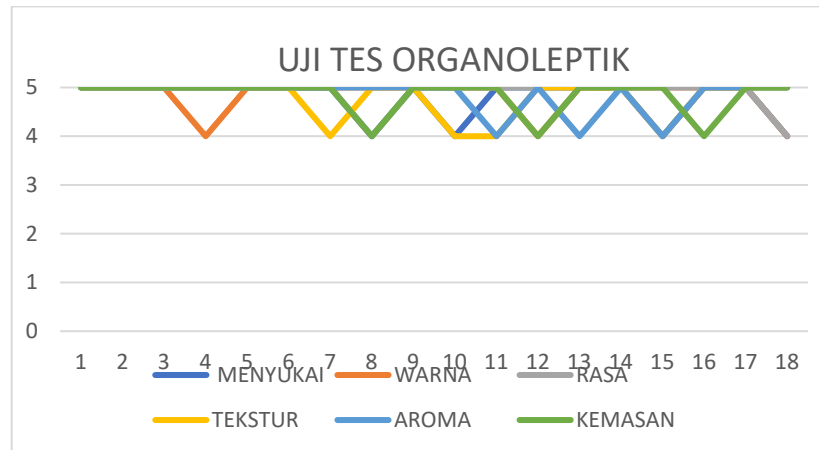
- a. Memiliki pesaing yang inovatif
- b. Masyarakat yang mudah bosan terhadap dimsum.

1.2 Spesifikasi Produk/Jasa

Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (*LKPP*) memberikan penjelasan tentang Spesifikasi produk yang memiliki karakteristik keseluruhan dari barang atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melihat dari kemasan atau lokasi yang jelas dalam produk atau jasa tersebut.

Produk Dimsum Boss memiliki Spesifikasi produk untuk mengetahui seberapa pengaruh terhadap Kualitas bahan baku, pilihan rasa, kemasan yang menarik, presentasi yang menarik, dimsum yang *Fresh*. Pada pengujian spesifikasi produk memiliki responden untuk menguji seberapa layak produk itu untuk konsumen.

Gambar 1. 5 Hasil Uji Kuisioner Dimsum Boss



Sumber : Olahan Penulis, 2024

Penulis melakukan uji kuisioner yang melibatkan dalam beberapa aspek seberapa gemarnya panelis terhadap olahan dimsum, mulai dari tekstur, tampilan warna, aroma, rasa dan kemasan (*efisiensi*). Dari skala 1 hingga 5 memberikan respon tanpa adanya sugesti. Pada skala 1 hingga 5 menunjukkan kecenderungan sangat menyukai terhadap produk Dimsum Boss.

Dalam pengembangan produk kami berencana melakukan inovasi dalam pengembangan produk dimsum. Kami memiliki 3 varian baru :

1. *Dimsum Bakar*
2. *Mentai Dimsum*
3. *Wonton/ Pangsit Chilli oil*

Untuk pengembangan Dimsum Boss ini kami berniat untuk memiliki varian dimsum yang lebih menarik dari biasanya dan beda dari yang sebelumnya. Dimsum Bakar dengan cara ditusuk dan di bakar dalam tunggu arang sama seperti sate. Dimsum Mentai menambahkan telur ikan *kod* yang dicampur menggunakan

mayonnaise dan diberikan sedikit nori di atasnya. Pangsit Chili oil yang didalamnya menggunakan olahan daging ayam dan udang menggunakan chili oil dan bumbu rempah rempah seperti bawang putih, merica, bunga lawan, dan kapulaga.

Kami akan memberikan cita rasa yang khas dari produk Dimsum Boss. Dengan cara membuat produk yang lebih menarik untuk meningkatkan omset produk serta keunggulan yang diberikan dalam produk untuk berfokus permintaan pelanggan yang akan selalu dilayani dengan baik oleh produk kami.

1.1 Jenis Usaha

UMKM adalah jenis bisnis yang dibangun untuk menumbuhkan perekonomian. Menurut Rujito, UMKM memiliki dampak pada perekonomian Indonesia. UMKM dapat disimpulkan dari jumlah bisnis yang didirikan serta jumlah pekerjaan yang dihasilkan.

Jenis usaha memiliki beberapa macam kegiatan yang dilakukan oleh suatu Perusahaan:

1. Usaha Agraris: Adalah hasil usaha pertanian yang meliputi bahan-bahan baku pangan. Kegiatan yang menyangkut terhadap kegiatan petani untuk mengolah bahan baku..
2. Usaha Perdagangan: Kegiatan yang menyalurkan barang produksi kepada produsen ke pihak konsumen. Pedagang banyak sekali yang melakukan kegiatan usaha tersebut.
3. Usaha Industri: usaha Pengolahan bahan baku menjadi komoditas setengah atau akhir dari kegiatan industri.

4. Usaha Jasa: Layanan usaha jasa komersial yang diberikan dalam bentuk pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan transportasi, penyedia asuransi, pelayanan hotel dan lain sebagainya.
5. Usaha Ekstraksi: Pada usaha ekstraksi adalah usaha yang berkegiatan memanfaatkan dalam bidang sumber daya alam itu sendiri.

UMKM sebagai Perusahaan yang sesuai kriteria menurut *Sukirto (2004)* mendefinisikan bahwa yang ditetapkan oleh pemerintah atau Lembaga lainnya untuk tujuan tertentu, memiliki modal yang kecil atau nilai aset yang kecil, jumlah karyawan yang terbatas, nilai modal yang kecil, atau jumlah dari tenaga kerjanya. Jenis usaha UMKM ini atau yang sering di sebut dengan usaha mikro, kecil, dan menengah ini. Sudah diatur padah UU No. 20 Tahun 2008 tentang usaha UMKM.

Menentukan keberlangsungan suatu usaha dilihat dari menggunakan jumlah *omset* yang didapat dan dilihat dari jumlah aset yang dimiliki dan karyawan yang dipekerjakan leh bisnis juga diperhitungkan saat membuat penilaiaan ini.

Badan usaha Dimsum Boss yang kami lakukan ini adalah UMKM sifatnya perseorangan yang dikelola olah Perusahaan keluarga sehingga kami memiliki pertingan dari berbagai aspek mulai dari:

1. Dalam melakukan suatu manajemen bisnis atau secara oprasional kemepilikan Perusahaan, pemilik berhak ikut serta dalam pengendalian internal

maupun eksternal yang melibatkan pemilik dapat mengendalikan/ mengawasi secara langsung.

2. Dapat mengelola manajemen secara mandiri dalam perihal biaya pengolahan produksi, pengemasan, pegawai dan oprasional yang sudah berjalan.

Memberikan kebebasan dalam pembentukan usaha yang lebih cepat oleh perseorangan.

1.2 Aspek Legalitas

Dalam aspek legalitas dalam suatu usaha adalah salah-satu hal yang sangat wajib bagi para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan/ laba dalam legalitas dalam melakukan kegiatan usaha tersebut. Pasal 1 UU No.3 Tahun 1982 tentang Pendaftaran Perusahaan Wajib menyatakan bahwa “Setiap bentuk Perusahaan yang terlibat dalam jenis bisnis apapun yang bersifat dan berkelanjutan dan yang didirikan, beroprasi, dan memegang posisi di wilayah Negara Republik Indonesia, dengan tujuan memperoleh keuntungan dan keuntungan”.

Dalam legalitas tersebut para pelaku usaha harus memiliki dokumen pengesahan legalitas usaha sebagai berikut:

1. Akta Pendirian Perusahaan (SKU)

Berikut adalah surat perizinan Dimsum Boss:

Gambar 1. 6 Aspek Legalitas Dimsum Boss



Sumber: Olahan Penulis 2024

2. Nomer Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomer Pokok Wajib Pajak ini adalah salah-satu wajib pajak bagi pelaku usaha. Dimsum Boss memiliki NPWP untuk melakukan prosos izin pelaku usaha yang kami lakukan agar lebih mudah untuk melakukan usaha. Dengan *NPWP 958582512444000*.

3. Nomer Induk Berusaha (NIB)

NIB adalah salah satu aspek identitas bagi kami para pelaku usaha untuk melakukan usaha. Kami memili *NIB 121000702546* ini adalah salah satu menggantikan dokumen, Angka Pengenal Impor (API), Surat Izin Usaha Perdagangan (*SIUP*) dan Tanda Daftar Industri (TDI). Kami telah memiliki NIB pada tahun 2021 dikarenakan pada tahun 2020 mengalami *COVID-19*. Mengakibatkan proses NIB kami tertunda.