

Usaha Dimsum Mentai Sebagai Peluang Bisnis Berbasis Inovasi Kuliner Di Era Modern

Hikmah Dzil Hijjah¹, Amanda Tri Utami²

¹ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

correspondence e-mail*, hikmahdzilhi@gmail.com, amandautami123@gmail.com

Article history

Submitted: 2025/01/01; Revised: 2025/01/11; Accepted: 2025/01/18

Abstract

This study In recent years, the culinary industry, especially those engaged in the fast food segment, has experienced significant growth. One prominent example is the mentai dimsum business. This study aims to analyze the development of the mentai dimsum business from various perspectives, including market growth, marketing strategies, product innovation, and the challenges faced. Mentai dimsum, which is a combination of traditional dimsum dishes and modern mentai sauce, has successfully attracted consumers' attention thanks to its unique taste, practical packaging, and ease of presentation. Data for this study were obtained through direct observation, interviews with business actors, consumer satisfaction surveys, and literature studies on food trends and consumer behavior. The results of the study show that the development of the mentai dimsum business is influenced by a number of key factors, including innovation in flavor variations, the use of social media as an effective promotional tool, collaboration with online food delivery platforms, and increasing public preference for practical but still quality food. In addition, flexibility in the business model, both through online and offline sales, also contributes to the growth of this business. However, challenges such as increasingly tight market competition, fluctuations in raw material prices, and changes in consumer preferences remain obstacles that must be overcome. This study also highlights the importance of innovation in production processes, packaging, and the use of technology to improve efficiency and quality.

Keywords

Dimsum Mentai, Culinary Innovation, Marketing Strategy, Business Development, Food Trends, Digital Transformation, Consumer Satisfaction



© 2025 by the authors. This is an open-access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dipicu oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan yang praktis, lezat, dan inovatif (Daga, 2023; Fajar & Marsudi, 2023; Iqbal et al., 2023; Wahyudi et al., 2024). Salah satu tren yang sedang naik daun adalah dimsum mentai, sebuah perpaduan menarik antara cita rasa dimsum tradisional Cina dan saus mentai khas Jepang. Kombinasi ini menghasilkan produk dengan rasa yang unik dan berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, terutama generasi muda (Fikri et al.,

2024; Yadav et al., 2023). Berkembangnya popularitas dimsum mentai sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih menyukai makanan siap saji berkualitas tinggi namun tetap terjangkau (Munirah et al., 2024). Para pemuda bergerak memulai bisnis melalui program kewirausahaan yang diprakarsai oleh berbagai institusi sehingga meningkatkan kesadaran generasi milenial untuk berwirausaha bahkan sebagian telah memulai bisnis permulaan (startup business). Tantangan besar adalah bagaimana menjaga semangat bisnis di kalangan milenial tetap menyala dan menyiapkan mahasiswa pengusaha dalam menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnis mereka agar bertahan dan sukses. (Jaharuddin, dkk, 2019).

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi, khususnya melalui media sosial dan aplikasi pengiriman makanan, memainkan peranan penting dalam memperluas pemasaran produk ini. Usaha kecil dan menengah (UKM) memanfaatkan peluang tersebut untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas, baik melalui pemasaran daring maupun penjualan langsung di pasar tradisional dan gerai modern (Bismala et al., 2019; Setiawan, 2019). Dalam era modern yang ditandai dengan perkembangan pesat di sektor kuliner, inovasi menjadi salah satu kunci utama untuk bertahan dan bersaing di pasar. Salah satu inovasi kuliner yang sedang berkembang pesat adalah dimsum mentai, yang memadukan cita rasa tradisional Asia dengan saus mentai bercita rasa khas Jepang. Kombinasi unik ini tidak hanya menarik perhatian konsumen muda, tetapi juga membuka peluang bisnis baru yang menjanjikan. Dimsum mentai telah menjadi fenomena menarik dalam industri kuliner, didorong oleh tren konsumsi makanan praktis, estetik, dan kaya rasa (Melani & Yunita, 2024; Sofian et al., 2024). Banyak pelaku usaha, terutama di sektor UMKM, memanfaatkan potensi ini untuk menciptakan produk-produk yang kreatif dan berdaya saing tinggi. Di tengah persaingan ketat, kemampuan berinovasi dalam menciptakan varian rasa, bentuk penyajian, serta strategi pemasaran menjadi faktor penentu keberhasilan usaha ini.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, bertujuan untuk mendalami fenomena perkembangan usaha dimsum mentai sebagai peluang bisnis berbasis inovasi kuliner. Dalam kajian ini, satu usaha dimsum mentai dipilih sebagai unit analisis untuk mengeksplorasi secara mendalam strategi pengembangan, tantangan yang dihadapi, serta faktor-faktor yang berkontribusi pada keberhasilannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pelaku usaha dan akademisi tentang pentingnya inovasi dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Seiring dengan

meningkatnya permintaan akan dimsum mentai, berbagai inovasi pun terus bermunculan untuk memperkaya penawaran produk. Inovasi ini mencakup variasi rasa, pemanfaatan bahan baku lokal yang lebih terjangkau, serta pengembangan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan. Langkah-langkah ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk dalam pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dan food blogger melalui platform media sosial terbukti efektif dalam membangun kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar.

Namun, perubahan pola konsumsi yang dinamis juga membawa tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha dimsum mentai. Persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku seperti daging, tepung, dan saus mentai, serta tuntutan untuk terus berinovasi menjadi faktor penting yang harus diperhatikan agar usaha tetap dapat bertahan dan berkembang. Selain itu, semakin tingginya perhatian konsumen terhadap kesehatan dan keberlanjutan— termasuk preferensi untuk bahan baku organik, kemasan ramah lingkungan, dan opsi makanan rendah kalori— mewajibkan pelaku usaha untuk lebih responsif terhadap perubahan kebutuhan pasar. Lebih jauh lagi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana usaha dimsum mentai dapat memberikan dampak ekonomi yang positif, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha di bidang ini, dimsum mentai tidak hanya menjadi tren kuliner semata, tetapi juga berpotensi membuka lapangan kerja baru, memberdayakan UMKM, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengoptimalkan potensi usaha dimsum mentai sebagai bagian dari pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan gaya hidup modern, preferensi konsumen terhadap makanan juga mengalami transformasi yang signifikan. Kini, konsumen tidak hanya mencari makanan yang lezat, tetapi juga yang praktis, menarik secara visual, dan inovatif. Perubahan ini membuka peluang bagi para pengusaha kuliner untuk menciptakan produk-produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar. Salah satu contoh inovasi kuliner yang berhasil menggabungkan elemen tradisional dan tren terkini adalah dimsum mentai, yang berhasil menarik perhatian berbagai segmen pasar, terutama generasi milenial dan Gen Z. Kehadiran dimsum mentai menawarkan dinamika menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama terkait dengan bagaimana inovasi kuliner dapat menjadi keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan pasar. Tantangan ini mencakup persaingan dengan produk sejenis,

perubahan selera konsumen, serta adaptasi terhadap teknologi dalam pemasaran, seperti pemanfaatan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang fenomena perkembangan usaha dimsum mentai. Dalam kajian ini, satu usaha dimsum mentai dipilih sebagai unit analisis guna menjelajahi informasi lebih mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keunikan Produk sebagai Daya Tarik Utama

Kombinasi antara dimsum sebagai makanan tradisional Asia dan saus mentai yang berasal dari budaya kuliner Jepang menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Produk ini tidak hanya menawarkan cita rasa yang unik, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui tampilan visual yang menarik, yang sangat relevan dalam era digital, terutama untuk promosi di media sosial. Keunikan produk ini menjadi faktor utama dalam menciptakan diferensiasi di pasar kuliner. Selain itu, penggabungan elemen budaya yang berbeda ini mencerminkan tren globalisasi dalam industri makanan, di mana inovasi dan kreativitas menjadi penentu keberhasilan. Dengan menawarkan pengalaman kuliner yang baru, produk ini tidak hanya membangun minat konsumen tetapi juga memperkuat loyalitas melalui rasa dan estetika yang khas. Lebih jauh lagi, keunikan ini memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memperluas jangkauan pasar. Produk yang mengusung perpaduan budaya cenderung menarik perhatian generasi muda yang memiliki rasa ingin tahu tinggi terhadap hal-hal baru, termasuk makanan dengan sentuhan inovatif. Hal ini diperkuat oleh tren konsumsi konten digital, di mana konsumen tidak hanya mencari rasa yang enak, tetapi juga pengalaman yang dapat mereka bagikan melalui platform media sosial. Dalam konteks ini, produk dimsum dengan saus mentai memiliki keunggulan kompetitif karena mampu memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, keunikan ini dapat dijadikan dasar untuk strategi pemasaran berbasis cerita atau storytelling. Mengangkat cerita tentang bagaimana dua elemen budaya berbeda digabungkan dalam satu produk dapat menciptakan keterhubungan emosional dengan konsumen. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik, tetapi juga memperkuat identitas merek dalam pasar yang semakin kompetitif. Di sisi lain, keunikan produk ini juga memberikan peluang untuk

pengembangan varian baru yang dapat terus menjaga minat konsumen. Inovasi dapat dilakukan dengan menambahkan elemen lain yang relevan, seperti menggunakan bahan baku premium, menciptakan pilihan rasa baru, atau menghadirkan opsi sehat yang menggunakan bahan organik. Langkah ini tidak hanya akan memperluas pangsa pasar tetapi juga memberikan ruang bagi konsumen dengan preferensi dan gaya hidup yang beragam.

Keunikan produk juga dapat mendukung pembentukan kolaborasi dengan pihak lain, seperti influencer atau brand kuliner lain, untuk meningkatkan visibilitas dan menciptakan nilai tambah. Melalui kolaborasi ini, produk dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan komunitas tertentu, khususnya komunitas pecinta makanan. Lebih jauh lagi, keunikan produk ini menjadi modal utama dalam membangun branding yang kuat. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, merek yang mampu menonjolkan keunikan dan inovasi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang. Identitas yang jelas dan menonjol, yang didukung oleh keunikan produk, akan membantu menciptakan asosiasi positif di benak konsumen, sehingga meningkatkan daya saing di pasar. Dari sudut pandang ekonomi, keunikan produk berperan sebagai katalis dalam meningkatkan daya saing sektor UMKM. Dalam pasar yang semakin jenuh dengan produk-produk serupa, menawarkan produk yang berbeda dan inovatif dapat membantu pelaku UMKM menarik perhatian konsumen serta menciptakan ceruk pasar yang khas. Strategi ini menjadi sangat penting untuk menghadapi persaingan dengan merek-merek besar yang memiliki lebih banyak sumber daya. Selain itu, keunikan produk juga dapat menjadi aset berharga dalam membangun loyalitas pelanggan. Ketika konsumen merasakan bahwa produk yang mereka pilih tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga memberikan pengalaman yang unik dan berkesan, mereka cenderung kembali untuk melakukan pembelian berulang. Loyalitas ini akan menjadi fondasi yang kokoh bagi keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang.

2. Inovasi dalam Proses Produksi :

Mengadopsi pendekatan inovatif dalam proses produksi dengan memperhatikan efisiensi tanpa mengorbankan kualitas produk. Dengan memanfaatkan teknologi modern dalam proses pembuatan, proses produksi

mampu meningkatkan kecepatan dan menekan biaya tanpa mengurangi cita rasa dan kualitas yang diinginkan. Penggunaan mesin otomatis untuk beberapa tahapan produksi, seperti pengisian saus mentai pada dimsum, membantu menjaga konsistensi produk dan mengurangi kesalahan manusia yang mungkin terjadi dalam proses manual. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang sama, memenuhi ekspektasi konsumen, dan sesuai dengan regulasi kesehatan yang berlaku. Selain itu, pengemasan yang digunakan dirancang untuk memberikan kesan premium, sekaligus menjaga kebersihan dan kepraktisan bagi konsumen. Penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat didaur ulang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Desain kemasan yang elegan dan menarik turut memperkuat nilai estetika produk dan mendukung citra merek sebagai produk premium. Hal ini menjadi faktor penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, mulai dari saat membeli produk hingga menikmati isinya. Inovasi dalam proses produksi dan pengemasan ini menambah nilai jual produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Efisiensi dalam produksi yang diimbangi dengan kualitas dan desain kemasan yang superior memberikan keunggulan kompetitif di pasar kuliner yang semakin dinamis. Inovasi dalam proses produksi tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga melibatkan pemilihan bahan baku berkualitas tinggi dan pengelolaan penyimpanan yang optimal. Mengedepankan penggunaan bahan baku segar dan lokal, yang tidak hanya mendukung keberlanjutan ekonomi, tetapi juga meningkatkan rasa dan nilai gizi produk. Untuk memastikan produk yang sampai ke konsumen dalam kondisi terbaik, sistem kontrol kualitas yang ketat diterapkan di setiap tahap proses produksi, mulai dari pemilihan bahan hingga pengepakan akhir. Pendekatan ini semakin memperkuat reputasi sebagai produsen yang mengutamakan kualitas dan konsistensi.

Selain itu, terus berinovasi untuk meningkatkan efisiensi produksi dengan menerapkan proses yang ramah lingkungan. Berusaha meminimalkan limbah dan memanfaatkan teknologi energi terbarukan di fasilitas produksi. Upaya ini tidak hanya membantu menekan biaya produksi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan, sesuatu yang semakin dihargai oleh

konsumen yang peduli terhadap isu keberlanjutan. Inovasi dalam proses produksi sangat penting untuk mempertahankan daya saing. Di tengah persaingan yang ketat dengan banyak rival yang menawarkan produk serupa, keunggulan dalam hal efisiensi dan kualitas tinggi dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan. Hal ini memungkinkan untuk menjaga harga tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas, sekaligus menciptakan peluang untuk memperluas pasar. Dengan demikian, inovasi dalam proses produksi tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pertumbuhan secara keseluruhan.

Inovasi dalam pengemasan juga menjadi aspek yang tidak kalah penting dalam meningkatkan daya saing produk. Desain kemasan yang menarik dan fungsional membantu meningkatkan pengalaman konsumen, mulai dari pengemasan yang mudah dibuka hingga kemasan yang menjaga kebersihan dan kesegaran produk. Penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat didaur ulang tidak hanya memberikan kesan bahwa usaha peduli terhadap isu keberlanjutan, tetapi juga dapat memperkuat citra merek yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selain itu, penerapan sistem kontrol kualitas yang ketat juga merupakan bagian dari inovasi dalam proses produksi. Setiap tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengepakan produk akhir, dilaksanakan dengan standar yang tinggi untuk memastikan produk yang dihasilkan memenuhi ekspektasi konsumen dan mematuhi regulasi kesehatan yang berlaku. Sistem ini juga memungkinkan identifikasi dan perbaikan potensi masalah yang muncul dalam proses produksi sebelum produk sampai ke tangan konsumen, menjaga kepuasan pelanggan dan kualitas produk tetap terjaga.

Inovasi dalam proses produksi juga mencakup efisiensi energi. Penggunaan teknologi ramah lingkungan, seperti teknologi energi terbarukan di fasilitas produksi, dapat membantu mengurangi jejak karbon dan biaya operasional. Langkah-langkah ini tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan usaha tetapi juga menciptakan citra merek yang lebih positif di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, inovasi dalam produksi adalah kunci untuk memastikan keberlanjutan usaha dimsum mentai. Dengan fokus pada efisiensi, kualitas, dan keberlanjutan, inovasi dalam proses

produksi memberikan keunggulan kompetitif yang sangat penting, memungkinkan usaha ini tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam pasar kuliner yang dinamis.

3. Potensi Keberlanjutan Usaha

Melihat daya minat dari masyarakat yang membeli kuliner hasil inovasi yang memadukan dimsum dan saus mentai membuat tingkat dari perminatan yang banyak di era bisnis kuliner yang harus selalu melakukan inovasi agar tidak tertinggal dari pesaing disekitar. Dan juga melihat bisnis kuliner yang kompetitif, inovasi menjadi faktor penting untuk mempertahankan daya saing dan menarik perhatian konsumen. Kombinasi rasa unik dari dimsum mentai menjadikannya salah satu produk yang diminati, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung mencari pengalaman kuliner baru. Keberlanjutan usaha ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan untuk memperluas jangkauan distribusi melalui berbagai saluran khususnya platform media sosial, Dengan memanfaatkan teknologi digital, keberlanjutan usaha dimsum mentai ini dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Selain itu, dukungan dari layanan pengantaran makanan berbasis aplikasi semakin memudahkan konsumen untuk memperoleh produk dengan cepat dan efisien di era modern ini.

Melakukan pengelolaan yang lebih diperhatikan untuk menjaga efisiensi dari pengeluaran biaya yang tidak dibutuhkan sebagai bagian dari sistem ekonomi yang memfokuskan pada pengelolaan. Dengan inovasi yang konsisten, efisiensi dalam pengelolaan, serta kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan konsumen, usaha dimsum mentai memiliki potensi yang sangat menjanjikan dalam jangka panjang. Melakukan pengelolaan keuangan yang terencana untuk menjaga efisiensi biaya operasional sangat penting. pengurangan biaya yang tidak diperlukan, optimalisasi proses produksi, serta pengadaan bahan baku dengan sistem yang lebih terorganisir dapat membantu usaha berjalan lebih efektif. Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan teknologi untuk memantau inventaris, mengelola pesanan, dan mengurangi potensi pemborosan. Di era modern ini, konsumen tidak hanya mencari produk berkualitas tetapi juga pengalaman berbelanja yang memuaskan. Pelayanan yang ramah, proses pemesanan yang mudah,

pengemasan yang menarik, serta waktu pengantaran yang cepat akan memberikan kesan positif kepada konsumen. Selain itu, keberlanjutan usaha dimsum mentai juga dapat diperkuat dengan pengembangan varian produk baru yang sesuai dengan selera konsumen. Pelaku usaha dapat menciptakan berbagai pilihan rasa dan menggunakan bahan baku yang lebih sehat, seperti bahan organik atau rendah kalori, guna menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Langkah ini tidak hanya memperluas pangsa pasar, tetapi juga menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap gaya hidup sehat.

Dalam hal ekspansi, keberlanjutan usaha ini juga dapat dicapai melalui diversifikasi produk dan perluasan pasar. Tidak hanya memperkenalkan produk baru, tetapi juga memperluas jangkauan pasar ke lokasi-lokasi baru atau bahkan memanfaatkan platform e-commerce untuk menjangkau konsumen di luar wilayah geografis yang sebelumnya dijangkau. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang lebih tersegmentasi, usaha dimsum mentai dapat lebih mudah menemukan audiens yang tepat, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta memperkuat hubungan dengan konsumen yang lebih luas. Di sisi lain, keberlanjutan usaha juga dapat diperkuat dengan menjaga kualitas layanan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang ramah, waktu pengantaran yang tepat, serta kemudahan dalam pemesanan, pelanggan akan merasa puas dan lebih cenderung untuk kembali membeli. Selain itu, pengelolaan feedback pelanggan secara aktif dapat membantu dalam memperbaiki produk dan layanan yang diberikan. Hal ini akan memperkuat loyalitas pelanggan dan membantu usaha mempertahankan pangsa pasarnya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Tidak kalah penting, keberlanjutan usaha ini juga dapat didorong oleh strategi branding yang konsisten. Membangun identitas merek yang kuat dengan mengedepankan nilai-nilai seperti kualitas, inovasi, keberlanjutan, dan pelayanan pelanggan akan meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin sadar akan pentingnya aspek-aspek tersebut. Dengan branding yang tepat, usaha dimsum mentai dapat memperkuat kesan positif di mata konsumen dan meningkatkan loyalitas serta kesadaran merek di pasar yang semakin padat. Secara keseluruhan, potensi keberlanjutan usaha dimsum mentai sangat bergantung pada kemampuan untuk berinovasi dalam produk,

proses, dan pemasaran, serta mempertahankan efisiensi operasional. Dengan mengadaptasi perubahan tren pasar dan tetap berkomitmen pada kualitas, keberlanjutan usaha ini dapat terjaga dalam jangka panjang, memberikan nilai tambah bagi konsumen, serta menciptakan peluang baru bagi ekspansi dan pertumbuhan usaha.

TABEL LAPORAN KEUANGAN LAPORAN PENDAPATAN USAHA DIMSUM MENTAI

Tanggal	Nomor	Produk	Quantity	Harga Pabrik	Jumlah Harga Setor	Harga Jual	Jumlah Harga Penjualan	Profit
02/12/2024	1	S	21	Rp 15,000.00	Rp 315,000.00	Rp 20,000.00	Rp 420,000.00	Rp 105,000.00
	2	M	20	Rp 20,000.00	Rp 400,000.00	Rp 30,000.00	Rp 600,000.00	Rp 200,000.00
	3	Beli gas						-Rp 25,500.00
	4	Beli spons dan sunlight						-Rp 5,000.00
				Rp	715,000.00	Rp	1,020,000.00	Rp 274,500.00
03/12/2024	1	S	30	Rp 15,000.00	Rp 450,000.00	Rp 20,000.00	Rp 600,000.00	Rp 150,000.00
	2	M	27	Rp 20,000.00	Rp 540,000.00	Rp 30,000.00	Rp 810,000.00	Rp 270,000.00
	3	Beli sumpit						-Rp 13,000.00
	4	Isi ulang gas						-Rp 40,000.00
	5	Gratis porsi M	1					-Rp 30,000.00
	6	Bagi dua sama nana			-Rp 45,000.00			Rp 45,000.00
				Rp	990,000.00	Rp	1,410,000.00	Rp 382,000.00
04/12/2024	1	S	28	Rp 15,000.00	Rp 420,000.00	Rp 20,000.00	Rp 560,000.00	Rp 140,000.00
	2	M	36	Rp 20,000.00	Rp 720,000.00	Rp 30,000.00	Rp 1,080,000.00	Rp 360,000.00
	3	Beli Plastik						-Rp 13,000.00
				Rp	1,140,000.00	Rp	1,640,000.00	Rp 487,000.00
TOTAL								Rp1,143,500.00

Kami memulai usaha ini dengan modal awal Rp.400.000 untuk mempersiapkan bahan dasarnya seperti bahan baku, peralatan dan yg lainnya.usaha ini hanya menjadi tren kuliner semata, tetapi juga berpotensi membuka lapangan kerja baru, memberdayakan UMKM, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. penelitian ini berupaya memahami bagaimana usaha dimsum mentai dapat memberikan dampak ekonomi yang positif, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha di bidang ini, dimsum mentai tidak hanya menjadi tren kuliner semata, tetapi juga berpotensi membuka lapangan kerja baru, memberdayakan UMKM, dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku usaha, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengoptimalkan potensi usaha dimsum mentai sebagai bagian dari pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia.usaha dimsum mentai memiliki potensi yang sangat menjanjikan dalam jangka panjang. Melakukan pengelolaan keuangan yang terencana untuk menjaga

efisiensi biaya operasional sangat penting. pengurangan biaya yang tidak diperlukan, optimalisasi proses produksi, serta pengadaan bahan baku dengan sistem yang lebih terorganisir dapat membantu usaha berjalan lebih efektif. Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan teknologi untuk memantau inventaris, mengelola pesanan, dan mengurangi potensi pemborosan. Di era modern ini, konsumen tidak hanya mencari produk berkualitas tetapi juga pengalaman berbelanja yang memuaskan.

KESIMPULAN

Industri kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatnya permintaan masyarakat akan makanan praktis dan inovatif. Dimsum mentai sebagai perpaduan dimsum tradisional Cina dan saus mentai khas Jepang menjadi tren yang diminati, terutama oleh generasi muda. Inovasi dalam rasa, kemasan, dan strategi pemasaran berbasis media sosial menjadi kunci keberhasilan produk ini. Pelaku usaha, khususnya UMKM, memanfaatkan perkembangan teknologi dan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, persaingan ketat dan perubahan preferensi konsumen menjadi tantangan yang harus dihadapi dengan inovasi berkelanjutan, efisiensi produksi, dan pengelolaan bisnis yang efektif. Dimsum mentai memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, membuka lapangan kerja baru, dan memberdayakan UMKM di Indonesia.

Pelaku usaha dimsum mentai disarankan untuk terus berinovasi dalam menciptakan varian rasa baru dan memperhatikan tren kesehatan konsumen dengan menghadirkan pilihan bahan baku organik dan kemasan ramah lingkungan. Optimalisasi penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan bisnis perlu ditingkatkan agar dapat bersaing di pasar yang dinamis. Kolaborasi dengan influencer dan food blogger dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pengelolaan keuangan yang efisien dan strategi pengembangan produk yang adaptif sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan dan pertumbuhan usaha. Pemerintah dan institusi terkait diharapkan mendukung pengembangan UMKM melalui pelatihan kewirausahaan dan akses permodalan untuk mengoptimalkan potensi industri kuliner ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bismala, L., Andriany, D., & Siregar, G. (2019). Model Pendampingan Inkubator Bisnis Terhadap Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 38-44.

- Daga, R. (2023). *PANDEMI COVID19 DAN DIGITALISASI UMKM*. Penerbit Adab.
- Fajar, M. K., & Marsudi, I. (2023). *Konsep Dasar Kewirausahaan Dalam Olahraga*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Fikri, M. K., Fathoni, T., & Sari, D. Y. (2024). Pendampingan Personal Branding Melalui Media Sosial Guna Meningkatkan Potensi Lokal Di Desa Nambangrejo Sukorejo Ponorogo. *Social Science Academic*, 511–520.
- Iqbal, K., Fathoni, T., Wijayanti, L. M., & Purnama, M. N. A. (2023). Economic Empowerment Through Entrepreneurship Training to Advance Youth in Quetta, Pakistan. *International Assulta of Research and Engagement (IARE)*, 1(2), 109–125.
- Melani, P. A. S., & Yunita, T. (2024). Strategi Pemasaran UMKM Dimsum Arsyif Menggunakan Analisis SWOT. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(4), 291–298.
- Munirah, M., Asfahani, A., Fathoni, T., Cindy, A. H., & Hasan, Z. (2024). EMPOWERING WOMEN THROUGH ENTREPRENEURSHIP IN URBAN COMMUNITIES. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(4), 6520–6527.
- Setiawan, A. (2019). Faktor–faktor yang mempengaruhi usaha kecil dan menengah (ukm) dalam menggunakan informasi akuntansi. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis*, 2(1), 93–103.
- Sofian, D. N., Sari, P. D., Winata, S. A., & Maimunah, S. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK DIMSUM MENTAI TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL DI ERA DIGITAL. *JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS, MANAGEMENT, ACCOUNTING AND SOCIAL SCIENCES*, 2(2), 78–82.
- Wahyudi, W., Maulana, A. J., Widyanto, R., Rahayu, A., & Effendy, I. R. (2024). *Buku ajar manajemen pemasaran*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yadav, U. S., Fathoni, T., & Wijayanti, L. M. (2023). Development of a Sanitation Education Program in Communities Near the Ganges River. *International Assulta of Research and Engagement (IARE)*, 1(1), 39–47.