

**HUNAA KIMBAB : INOVASI BISNIS MAKANAN KIMBAB
DENGAN BERBAGAI MACAM VARIAN ISI DENGAN CITA
RASA KHAS NUSANTARA
(BAGIAN PRODUKSI DAN KEUANGAN)**

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



Handwritten signature and date: 11/10/2024
Signature: Suci Baraya

Oleh :

Alfiatu Dumatsah Fina 20423124

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alfiatu Dumatsah Fina
NIM : 20423124
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Hunaa Kimbab : Inovasi Bisnis Makanan Kimbab
dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa
Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)

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 tanpa adanya paksaan.

Yogyakarta, 10 September 2024

A yellow postage stamp with a value of 1000 Rupiah. It features the Garuda Pancasila emblem and the text 'STAMP URBAN KIPUN', '1000', 'METERA', and 'TEMPEL'. A signature is written over the stamp.

Alfiatu Dumatsah Fina

NOTA DINAS

Yogyakarta, 10 September 2024

6 Rabiul Awwal 1446 H

Hal : Tugas Akhir Perintisan Bisnis
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
D.I.Yogyakarta

Assalamulaikum Wr.Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 551/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2024 tanggal 19 Maret 2024 M, 9 Ramadhan 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing Tugas Akhir saudara.

Nama : Alfiatu Dumatsah Fina
Nomor Pokok / NIM : 20423124
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : FIAI/Ekonomi Islam
Judul Perintisan Bisnis : Hunaa Kimbab : Inovasi Bisnis Makanan Kimbab dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)

Setelah kami teliti dan adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami tetapkan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang dimaksud.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 September 2024



Soya Sobaya, SEI. M.M.

REKOMENDASI PEMBIMBING

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

Nama Mahasiswa : Alfiatu Dumatsah Fina
NIM : 20423124
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Tugas Akhir : Hunaa Kimbab : Inovasi Bisnis Makanan Kimbab dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)

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.

Dosen pembimbing



Soya Sobaya, S.El., M.M

LEMBAR 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

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

Hari : Selasa
Tanggal : 3 Desember 2024
Judul Skripsi : Hunaa Kimbab: Inovasi Bisnis Makanan Kimbab dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)
Disusun oleh : ALFIATU DUMATSAH FINA
Nomor Mahasiswa : 20423124

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 : Soya Sobaya, SEI, MM (.....)
Penguji I : Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)
Penguji II : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)



LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, maha suci Allah sang pemilik alam semesta yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir perintisan Bisnis dengan baik dan lancar. Shalawat diiringi dengan salam tidak lupa kita hadiahkan kepada nabi junjungan alam, baginda nabi Muhammad SAW yang telah membawa syafaatnya hingga akhir zaman nanti.

Dengan tekad yang kuat penulis mempersembahkan tulisan ini kepada diri sendiri, karena telah berjuang dan bertekad kuat untuk menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Untuk kedua orang tua penulis, ayah Nurcholis Fukulul Musad dan juga ibu Siti Khotijah yang telah sabar mendidik, dan memberikan dorongan kepada penulis untuk bisa kuliah dan menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini.

Untuk seluruh dosen Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia khususnya prodi Ekonomi Islam penulis mengucapkan ribuan terimakasih dengan segala bantuan dan tenaga nya dari awal perkuliahan hingga sampai saat ini. Kepada Dosen Pembimbing penulis Ibu Soya Sobaya, SEI, MM. Yang saya anggap seperti ibu sendiri di masa perkuliahan, penulis mengucapkan terima kasih atas segala jasa yang tidak bisa dibalas dari mendidik, mengayomi, motivasi, waktu kritik, dan sarannya sampai pada akhir dari Perintisan Bisnis ini. Semoga kelak Bapak/Ibu mendapatkan balasan di *Yaumul akhir*.

Terima kasih kepada rekan bisnis Shela Riska Rahmawati, yang sama-sama mengemban tugas untuk dapat menjalankan usaha ini dengan sebaik-baiknya dan sampai pada masa akhir dari Perintisan Bisnis ini. Dan juga rekan-rekan seperjuangan yang sama-sama menuntut ilmu di kampus tercinta kita. Semoga kita semua mendapatkan ilmu yang bermanfaat dan bisa dipakai untuk masa depan nanti.

MOTTO

لَا تُؤَخِّرْ عَمَلَكَ إِلَى الْغَدِ مَا تَقْدِرُ أَنْ تَعْمَلَهُ الْيَوْمَ

“Jangan tunda pekerjaanmu hingga besok, apa yang dapat kau kerjakan hari ini.”

لَيْسَ كُلُّ مَا يَلْمَعُ ذَهَبًا

“Tidak setiap yang berkilap itu adalah emas.”

ABSTRAK

HUNAA KIMBAB : INOVASI BISNIS MAKANAN KIMBAB DENGAN BERBAGAI MACAM VARIAN ISI DENGAN CITA RASA KHAS NUSANTARA (BAGIAN PRODUKSI DAN KEUANGAN)

ALFIATU DUMATSAH FINA

20423124

Kimbab merupakan makanan tradisional Korea yang semakin populer di seluruh dunia. Bisnis ini menawarkan berbagai varian isi dengan cita rasa khas nusantara yang bertujuan memadukan keunikan kuliner Korea dengan cita rasa Indonesia. Dalam keuangan, bisnis ini fokus pada strategi pemasaran yang matang dan pengelolaan biaya yang efisien untuk mencapai profitabilitas. Investasi awal difokuskan pada pengadaan bahan baku berkualitas, pengembangan resep, dan pembelian alat produksi, dengan pemantauan rutin terhadap biaya dan pendapatan untuk menjaga kesehatan finansial.

Dari sisi produksi, bisnis ini mengutamakan inovasi dengan menciptakan varian kimbab yang mengandung bahan-bahan lokal seperti cabe dan sayuran segar khas Indonesia. Proses produksi dirancang sebaik mungkin untuk menjaga standar kualitas yang tinggi serta memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Serta memanfaatkan teknologi dan sistem manajemen yang baik untuk memastikan efisiensi operasional dan konsistensi produk.

Perintisan bisnis ini dilaksanakan mulai dari bulan Maret-Agustus 2024. Tujuan utama bisnis ini adalah menawarkan kimbab yang tidak hanya sehat dan lezat, tetapi juga menghadirkan pengalaman kuliner yang baru yang menggabungkan rasa Korea dan nusantara. Bisnis ini juga ingin membangun Brand yang kuat dan mendapatkan posisi yang baik di pasar makanan siap saji, baik di tingkat lokal maupun internasional. Hasil yang diharapkan dari bisnis ini penjualan yang stabil, kepuasan konsumen, memperluas jangkauan pasar yang nantinya agar dapat memberikan dampak positif pada perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja dan penggunaan bahan baku lokal.

Kata kunci : Kimbab, inovasi bisnis

ABSTRACT

HUNAA KIMBAB: KIMBAB FOOD BUSINESS INNOVATION WITH VARIOUS VARIANTS OF FILLINGS WITH TYPICAL NUSANTARA FLAVORS (PRODUCTION AND FINANCE SECTION)

ALFIATU DUMATSAH FINA

20423124

Kimbab is a traditional Korean food that is increasingly popular around the world. This business offers various variants of fillings with typical Nusantara flavors that aim to combine the uniqueness of Korean cuisine with Indonesian flavors. In finance, the business focuses on sound marketing strategies and efficient cost management to achieve profitability. Initial investment were focused on sourcing quality raw materials, developing recipes, and purchasing production equipment, with regular monitoring of cost and revenues to maintain financial health.

In terms of production, the business prioritizes innovation by creating kimbab variants that contain local ingredients such as chili and fresh Indonesian vegetables. The production process is designed to maintain high quality standards and meet the growing market demand. As well as utilizing technology and good management systems to ensure operational efficiency and product consistency.

The main goal of the business is to offer kimbab that is not only healthy and delicious, but also a new culinary experience that combine the flavors of Korea and Nusantara. The business also wants to build a strong brand and gain a good position in the fast food market, both locally and internationally. The expected outcome of this business is stable sales, customer satisfaction, expanding market reach which in turn will have a positive impact on the local economy through job creation and the use of local raw materials.

Keywords: Kimbab, business innovation

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b/U/1987

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.

A. 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 dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Table 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ya
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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal Tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ ..	Fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh: كَتَبَ -kataba

فَعَلَ -fa'ala

C. Maddah

Maddah atau vokal Panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...يَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ي...يَ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ...وُ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh : قَالَ

-qala

قِيلَ

-qila

رَمَى

-rama

يَقُولُ

-yaqulu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- raudah al- atfāl

- raudah atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al- Madīnah al-Munawwarah

-al- Madīnah -Munawwarah

طَلْحَةَ

-talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:	رَبَّنَا - rabbanā	الْحَجَّ -al-hajj
	نَزَّلَ -nazzala	نُعِمَ -nu'ima
	الْبِرَّ -al-birr	

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

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

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:	الرَّجُلَ -ar-rajulu	الْقَلَمَ -al-qalamu
	السَّيِّدَ -as-sayyidu	الْبَدِيعَ -al-badī'u
	الشَّمْسَ -as-syamsu	الْجَلَالَ -al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :	تَأْخُذُونَ -ta' khuzūna	إِنَّ -inna
	النَّوْءَ -an-nau'	أُمِرْتُ -umirtu
	شَيْئٍ -syai'un	أَكَلَ -akala

H. Penulisan Kata

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

Contoh :

وَ إِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ wa innallāha lahuwa khair ar- rāziqīn

wa innallāha lahuwa khair rāziqīn

وَ أَوفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa- almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ Ibrāhīm al- Khalīl

Ibrāhīmūl - Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَ لِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā ilaihi sabīla

Walillahi ‘alan-nasi hijjul-baiti manistatā ilaihi sabīla

I. 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:

وَ مَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramadān al-laẓī unzila fīh al-Qur’ānu

Syahru Ramadān al-laẓī unzila fīhil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al- mubīn

Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil- mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillahi rabbil al-'alamin

Alhamdu lillahi rabbilil 'alamin

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: نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَ قَتَحُ قَرِيبَ

Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāha bikulli syai'in 'alīm

J. 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.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini dengan lancar. Sholawat serta salam tidak lupa selalu tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya di hari akhir nanti.

Dalam memenuhi syarat kelulusan penulis menulis Tugas Akhir Perintisan Bisnis dengan judul “Inovasi Bisnis Makanan Kimbab dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)”. Perintisan Bisnis ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Dalam proses penyelesaian tugas akhir perintisan bisnis tentunya tidak lepas dari bantuan-bantuan, dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

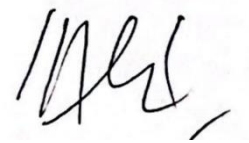
1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Ibu Soya Sobaya selaku Dosen Pembimbing Perintisan Bisnis, yang telah membantu, memotivasi dan membimbing penulis dari awal perintisan bisnis sampai dengan akhir dari penyusunan Tugas Akhir Perintisan Bisnis.
6. Segenap Dosen, Karyawan, dan tenaga pendidik di Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
7. Cinta pertama, ayahanda Nurcholis Fukulul Musad, yang telah memberikan penulis segala cinta dan kasih sayang serta motivasi dan juga doa yang membuat penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Surgaku, ibu tercinta Siti Khotijah, yang cinta dan doa tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

9. Keluarga penulis, Muhammad Mahmud Zakaria dan Khalila Nur Faizah yang selalu memberikan doa demi kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
10. Teman-teman seperjuangan Jihan Nur aslam Mukerin, Dira Mairoza Bahri, Chintya Miranda, dan teman-teman EKIS'20 lainnya, yang membantu penulis dalam proses tugas akhir perintisan bisnis.
11. Tim Sukses Hunaa Kimbab Shela Riska Rahmawati, selaku partner penulis dalam menjalankan Perintisan Bisnis yang telah berjuang Bersama dari awal perintisan bisnis sampai dengan akhir nanti.
12. Muhammad Hasby, selaku orang yang memberi saya makna hidup dan arti dari segala perjuangan

Semoga dengan adanya tugas akhir perintisan bisnis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama pembaca dan dapat dijadikan referensi dimasa mendatang.

Wassalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 10 September 2024



Alfiatu Dumatsah Fina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	II
NOTA DINAS.....	III
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	IV
LEMBAR PENGESAHAN.....	V
LEMBAR PERSEMBAHAN	VI
MOTTO.....	VII
ABSTRAK.....	VIII
ABSTRACT	IX
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	X
KATA PENGANTAR.....	XVI
DAFTAR ISI	XVIII
DAFTAR TABEL.....	XX
DAFTAR GAMBAR.....	XXI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS.....	11
A. Profil Bisnis	11
B. Pelaksanaan Bisnis	15
1. Aspek Produksi.....	15
a. Riset Harga Bahan Baku	15
b. Spesifikasi Produk (Menu Hunaa Kimbab)	16
c. Kemasan Produk :.....	18
d. Alat Produksi yang digunakan :	18
e. Supplier bahan baku :.....	18
f. Riset lokasi dan mitra.....	19
g. Membuat Menu Produk beserta sampel.....	19
h. Operasional Produksi	25
i. Manajemen Stok Product	26

j. <i>Quality Control</i>	30
2. Tinjauan Aspek Keuangan	31
a. Analisis Keuangan	32
1) Modal	32
2) Biaya Tetap (<i>Fixed Cost</i>).....	32
3) Variable Cost	33
4) Harga Pokok Penjualan (HPP)	35
5) Break Event Point (BEP)	36
2. Mencatat Laporan Keuangan	38
a. Rekapitulasi Penjualan	38
b. Produksi	38
c. Neraca Keuangan.....	39
d. Laporan Laba Rugi	40
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH	42
B. Identifikasi masalah.....	42
C. Tinjauan Teoretis tentang Pemasaran/Keuangan/SDM/Operasi	45
C. Pemecahan Masalah.....	48
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
A. KESIMPULAN.....	52
B. SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
RIWAYAT HIDUP PENULIS	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Makanan Korea yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia..	3
Tabel 1.2 Analisis SWOT Hunaa Kimbab.....	4
Tabel 1.3 Analisis Kompetitor.....	9
Tabel 2.1 Program Kerja setiap bagian.....	13
Tabel 2.2 Program Kerja bagian produksi beserta Indikator Capaian Aktivitas.....	14
Tabel 2.3 Program Kerja bagian keuangan beserta Indikator Capaian Aktivitas.....	14
Tabel 2.4 Bahan baku Produksi.....	16
Tabel 2. 5 Kode Khusus setiap bahan baku dan kemasan.....	27
Tabel 2. 6 Laporan <i>Stok Opname</i> Periode Maret 2024.....	28
Tabel 2.7 Laporan <i>Stok Opname</i> Periode Juni 2024.....	28
Tabel 2.8 Laporan <i>Stok Opname</i> Periode Juli 2024.....	29
Tabel 2.9 Laporan <i>Stok Opname</i> Periode Agustus 2024.....	29
Tabel 2.10 Indikator dalam <i>Quality Control</i>	31
Tabel 2.10 Rincian modal.....	32
Tabel 2.11 Rincian Biaya Tetap.....	32
Tabel 2.12 Rincian Aktiva Berwujud.....	33
Tabel 2.13 Rincian <i>Variabel Cost</i>	33
Tabel 2.14 Rincian Perolehan HPP.....	34
Tabel 2.15 Laporan Arus Kas.....	36
Tabel 2.16 Neraca Keuangan.....	38
Tabel 2.17 Laporan Laba Rugi.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil riset melalui Google Trends.....	6
Gambar 1.2 Hasil riset melalui cerita Instagram.....	7
Gambar 1.3 Hasil Riset melalui ulasan Pembelian Kimbab melalui <i>E-Commerce</i> ...	8
Gambar 2.1 Logo brand Hunaa kimbab.....	12
Gambar 2.2 Kimbab Original.....	16
Gambar 2.3 Kimbab Y-rice.....	17
Gambar 2.4 Kimbab Ayam Geprek.....	17
Gambar 2.5 Kemasan Produk.....	18
Gambar 2.6 Kimbab Ayam Geprek.....	21
Gambar 2.7 Kimbab Y-rice.....	23
Gambar 2.8 Kimbab Original.....	24
Gambar 2.9 Alur Produksi Hunaa Kimbab.....	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada era ini semakin mendorong masyarakat untuk mengupayakan inovasi dalam pemanfaatan capaian teknologi. Teknologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap globalisasi, dimana saat ini teknologi banyak digunakan di seluruh lapisan masyarakat. Globalisasi dapat dipahami sebagai proses penetrasi budaya baru ke dunia. Globalisasi menciptakan banyak keadaan dan kondisi yang berbeda-beda di suatu lokasi, misalnya banyak aspek budaya dari daerah lain yang diperkenalkan dan dapat mempengaruhi kondisi budaya lokal saat ini. Kondisi budaya yang dimaksud dapat mencakup adat istiadat, cara berpikir, sumber daya alam, bahkan makanan dan minuman. Munculnya aneka ragam kebudayaan dari berbagai belahan dunia yang masuk ke Indonesia, sehingga kebudayaan asli Indonesia yang sudah beraneka ragam menjadi lebih variatif dengan kedatangan kebudayaan lain dari berbagai negara. (Putri & Purnomo, 2019)

Di Indonesia, saat ini salah satu tren yang sedang marak di kalangan masyarakat khususnya di kalangan millennial atau anak muda adalah tingginya minat masyarakat terhadap hal-hal yang mengandung unsur Korea. Seperti K-Pop, Drama Korea, Makanan Korea, dan juga Artis Favorit. Munculnya tren tersebut dimanfaatkan oleh sejumlah pelaku industri untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar agar lebih mudah diterima oleh konsumen. Karena pada saat ini para anak muda cenderung mengikuti apa yang disukainya, terutama dari para idola yang sangat mereka gemari. Artis atau idol Korea mempunyai basis penggemar yang besar di Indonesia, beberapa diantara-Nya bahkan ada yang sangat antusias sehingga mengikuti kegiatan sang idola atau bahkan mengumpulkan pernik-pernik dari sang idolanya. Semakin besar basis penggemar yang dimiliki maka akan semakin luas pula jangkauan pemasaran produk yang menggunakan artis atau idol tersebut. (Setyani & Azhari, n.d.)

Kebudayaan Korea telah berkembang pesat dan menyebar secara global selama dua dekade terakhir. Keberadaannya cenderung diterima oleh khalayak di berbagai kalangan sehingga memunculkan fenomena yang dikenal dengan sebutan “Korean Wave” atau Hallyu. Hallyu/Korean Wave atau biasa dikenal dengan Korean Wave adalah istilah yang dikenal masyarakat akibat tersebarnya budaya populer Korea ke seluruh dunia, termasuk Indonesia, seperti Fashion, kecantikan, masakan, hiburan, budaya tradisional dan kemampuannya mempengaruhi negara lain. (Lupitasari E, 2022)

Fenomena ini banyak ditemukan di Indonesia dan dampaknya jelas sangat terasa dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada kalangan generasi milenial. Perkembangan teknologi informasi yang sangat tinggi akibat adanya globalisasi menjadi faktor utama yang melatarbelakangi tingginya antusiasme masyarakat terhadap Korean Wave di Indonesia. Korean Wave sendiri awalnya sangat identik dengan dunia hiburan seperti musik, drama, dan *variety shows*, yang semuanya dikemas secara indah dan didalamnya menampilkan beragam budaya Korea. Seiring berjalannya waktu, budaya Korea telah banyak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari para pecinta budaya Korea, mulai dari fashion, make up, Korean skincare, makanan, gaya bicara, hingga bahasa.

Hidangan Korea banyak dijumpai di banyak acara televisi Korea seperti drama, variety show, reality show, dan lain-lain. Hidangan Korea dalam tayangan-tayangan tersebut selalu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian penonton dan penggemarnya, sehingga terkadang penonton ingin mencoba mencari tahu dari daerah mana masakan tersebut berasal. (Jeong et al., 2017)

Masakan Korea mulai semakin dikenal luas di masyarakat abad 21. Korea memperkenalkan masakan tradisional sebagai bagian dari strategi peningkatan perekonomiannya. Makanan dari industri makanan cepat saji Korea mulai dikenal masyarakat sebagai makanan sehat karena terbuat dari bahan-bahan berkualitas. (Amanda & Michellita, 2021)

Table1.0.1 Makanan Korea yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia

No.	Detik Food	IDN Times	Tempo	Kompas
1	<i>Tteokbokki</i>	<i>Tteokbokki</i>	<i>Tteokbokki</i>	<i>Kimchi</i>
2	Kimbab	<i>Jajangmyeon</i>	Kimbab	Tteokbokki
3	<i>Ramyeon</i>	<i>Bibimbab</i>	Nasi goreng <i>kimchi</i>	<i>Korean Garlic Bread</i>
4	<i>Jajangmyeon</i>	<i>Bulgogi</i>	<i>Ramyeon</i>	Kimbab
5	Corn dog	Kimbab	Mie pedas Korea	<i>Korean Sweet Potato Bread</i>
6	Ayam goreng korea	<i>Eomuk</i>	<i>Korean Garlic Bread</i>	<i>Hottang</i>
7	Korean BBQ	<i>Twigim</i>	-	<i>Ramyeon</i>

Sumber : (Kompas.com, 2022), (Detik Food, 2022), (Tempo.co, 2021), (IDN Times, 2022)

Menurut berbagai sumber, masakan Korea yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia disajikan pada Tabel.1.1

Terdapat berbagai macam makanan korea yang populer di Indonesia, dan salah satu makanan yang menjadi favorit adalah kimbab. Kimbab memiliki peluang yang baik di Indonesia karena meningkatnya popularitas budaya Korea di Indonesia.

Dari berbagai peluang diatas, muncul sebuah inovasi atau ide bisnis yang ingin dikembangkan dalam rangka Tugas Akhir Perintisan Bisnis yaitu Inovasi bisnis yang diangkat dari makanan kimbab sebagai makanan khas Korea yang dimodifikasi menjadi kimbab yang memiliki isian khas cita rasa nusantara. Kimbab

merupakan jenis makanan yang unik, selain unik kimbab juga bisa dibilang makanan yang praktis dan mudah dibawa sebagai bekal. Tidak hanya sebagai bekal para pegawai kantoran yang memiliki jadwal yang padat namun juga bisa menjadi bekal makan siang anak-anak sekolahan agar menambah nafsu makan, Tidak ada batasan konsumsi untuk makanan kimbab ini, dari balita hingga dewasa pun boleh mengonsumsinya.

Penulis telah melakukan identifikasi melalui analisis SWOT yaitu :

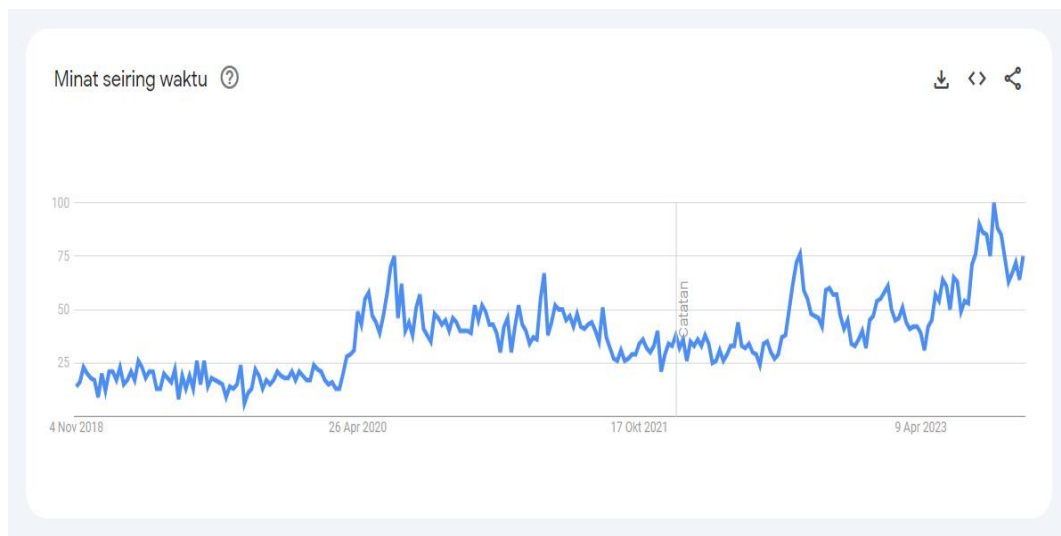
STRENGTHS a. Konsep makanan korea yang unik dan kekinian dapat menarik perhatian pelanggan yang ingin mencoba b. Dibuat dengan bahan-bahan yang berkualitas	WEAKNESSES a. Calon customer memiliki selera yang berbeda b. Produk tidak tahan lama
OPPORTUNITIES a. Berkembangnya teknologi dan media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan usaha	THREATS a. Kompetitor yang memiliki produk serupa b. Bahan baku yang dapat naik drastis ketika bukan musim panen atau banyak petani yang mengalami gagal panen.

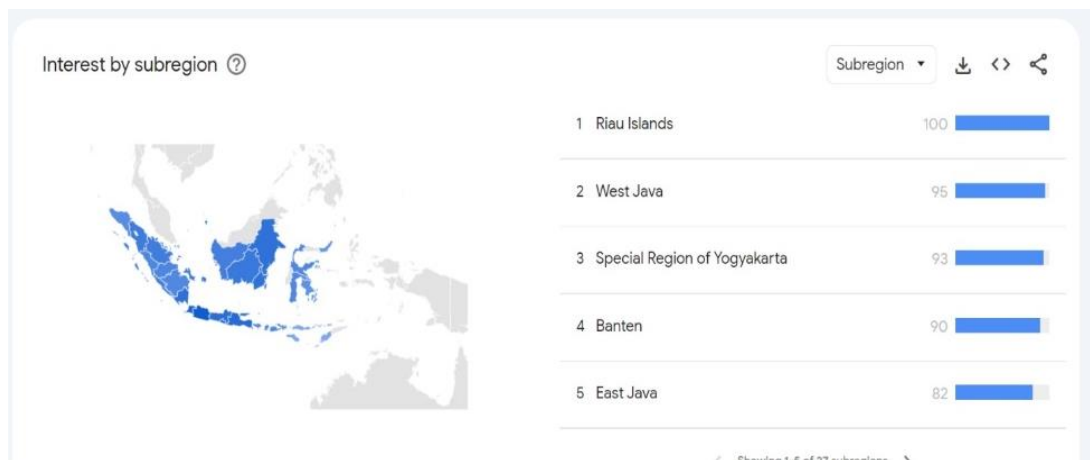
Table1.0.2 Analisis SWOT Hunaa Kimbab

Setelah melakukan analisis SWOT, sebelum melakukan perintisan bisnis Hunaa Kimbab, penulis mendapati bahwa kekuatan dari bisnis ini ada pada keunikan produk dan kualitas serta kehalalan produk. Sedangkan peluang berbisnis yang sesuai dengan keadaan di era saat ini yaitu perkembangan teknologi internet sebagai wadah untuk menunjukkan identitas diri serta untuk mempromosikan suatu bisnis.

Dengan adanya analisis SWOT tersebut, menjadikan munculnya strategi dagang yang akan dilakukan penulis guna menjalankan serta mengembangkan proses perintisan bisnis Hunaa Kimbab. Dengan kekuatan keunikan produk dan kualitas serta kehalalan produk, menjadikan penulis untuk memiliki target dalam melegalkan dan menyertifikasikan kehalalan produk tersebut agar kekuatan tersebut nantinya dapat menjadi identitas perusahaan serta sebagai bahan untuk mempromosikan produk. Dan dengan adanya peluang yaitu berkembangnya teknologi di zaman sekarang menjadikan internet lebih mudah untuk menjadi wadah sebagai jalan membangun identitas perusahaan serta promosi menggunakan kelebihan media sosial yang ada.

Sebelum melakukan perintisan bisnis, penulis melakukan riset pasar melalui Google trends mengenai makanan kimbab.



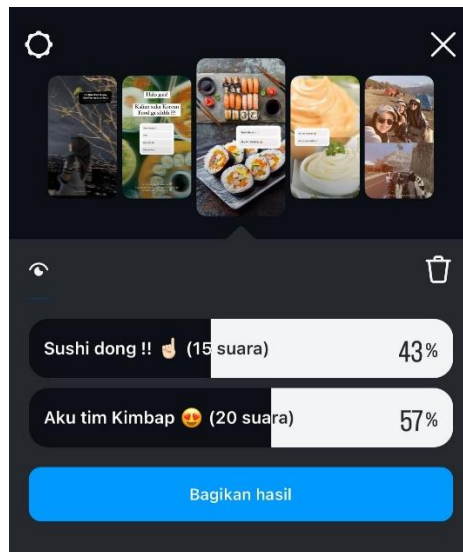


Sumber Data: (google trend, 2023)

Gambar 1.1 Hasil riset melalui Google Trends

Dari gambar grafik diatas, menyatakan bahwa minat masyarakat terhadap makanan kimbab mengalami naik turun akan tetapi tetap signifikan, karena pola grafik yang ke atas. Dan pada gambar kedua kota Yogyakarta merupakan kota dengan peringkat ke 3 di provinsi Indonesia yang memiliki ketertarikan pada makanan Kimbab.

Terdapat makanan yang serupa namun tak sama dengan kimbab yaitu sushi. Sushi berasal dari Jepang sedangkan kimbab berasal dari Korea. Sushi juga makanan yang identik dengan lauk ikan mentah segar sedangkan kimbab identik dengan lauk dan sayur yang sudah diolah. Penulis telah melakukan riset kepada Gen Z dan memilih makanan yang lebih disukai antara kimbab dan sushi menggunakan Instagram story pribadi milik penulis.



Gambar 1.2 Hasil riset melalui cerita Instagram

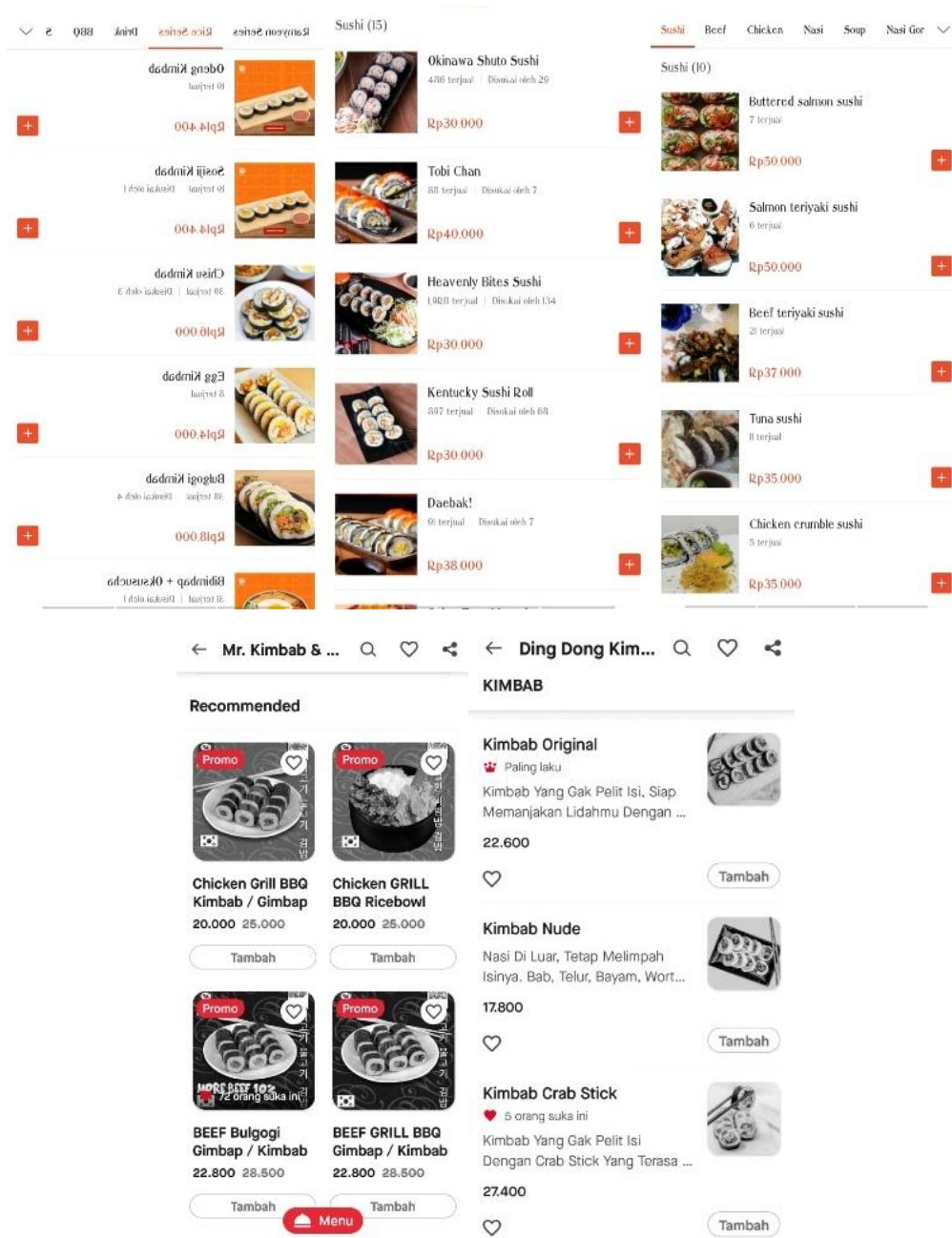
Dari gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa 20 dari 35 orang memilih lebih menyukai kimbab dibandingkan dengan sushi.

Dengan meneliti dan mengamati pasar penulis menemukan beberapa kompetitor gerai kimbab di sekitar jalan Kaliurang mengalami beberapa permasalahan dalam penyajian makanan kimbab. Beberapa permasalahan yang sering ditemukan adalah:

1. Nasi yang terlalu lembek
2. Porsi isian kimbab dengan nasinya tidak sebanding
3. Porsi sayur terlalu banyak ketimbang porsi daging
4. Nasi yang kurang matang
5. Kurang higienis
6. Sayur kurang segar

Penulis juga melakukan riset melalui media Google map di sekitar daerah Yogyakarta, untuk mengetahui dimana saja letak tempat kompetitor yang menjual bisnis serupa. Untuk riset melalui Google map menyatakan bahwa sudah lumayan banyak kompetitor yang menjual kimbab, namun di daerah Kaliurang sendiri masih agak jarang.

Penulis juga melakukan riset melalui Shopeefood, dan Gofood.



Gambar 1.3 Hasil Riset melalui ulasan Pembelian Kimbab melalui *E-Commerce*

Permasalahan-permasalahan tersebut tentu saja dapat mempengaruhi kualitas dan cita rasa dari makanan kimbab yang disajikan. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat berdampak pada bisnis gerai kimbab tersebut. Oleh karena itu, gerai kimbab perlu memperhatikan kualitas bahan-bahan

yang digunakan dan juga proses penyajian makanan agar dapat memenuhi standar kebersihan dan kesehatan. Selain itu, gerai kimbab juga perlu memperhatikan proporsi isian kimbab dengan nasinya agar dapat memberikan pengalaman makan yang seimbang dan memuaskan bagi pelanggan.

Terdapat analisis kompetitor yang didapatkan melalui survei di *Marketplace* dengan jarak lokasi terdekat untuk melihat daya saing produk dari kompetitor lain.

INDIKATOR	Mr. Kimbab & Bulgogi Ricebowl, Obento	Hunaa Kimbab
EKSPETASI	Memprioritaskan kuantitas produk	Memprioritaskan kebersihan dan cita rasa (kualitas produk)
KETERTARIKAN	Menyediakan kimbab dengan cita rasa khas Korea	Menyediakan kimbab dengan berbagai macam varian cita rasa khas Indonesia
LOKASI	Di sekitar lokasi stadion Maguwoharjo	Di sekitar kampus UII

Table1.3 Analisis Kompetitor

"Hunaa Kimbab" adalah sebuah produk makanan hidangan khas Korea yang menghadirkan sentuhan cita rasa nusantara dalam makanan kimbab. Nama produk ini berasal dari kata "Hunaa" yang dalam bahasa Arab berarti "disini" sehingga menciptakan kesan bahwa kimbab yang lezat bisa ditemukan di sini. Bisnis ini merupakan bisnis yang bergerak di bidang FnB atau makanan. Produk dari bisnis Hunaa Kimbab sendiri yaitu makanan olahan yang biasa disebut kimbab. Kimbab merupakan makanan yang berasal dari negara Korea. Hunaa Kimbab menyediakan

makanan olahan kimbab yang sudah di kolaborasikan dengan varian cita rasa khas nusantara.

Bisnis ini diciptakan karena berangkat dari permasalahan pendiri bisnis bahwa, ingin merasakan makanan kimbab namun terhalang dengan selera cita rasa yang bertolak belakang dengan cita rasa Korea. Sehingga muncullah ide untuk menciptakan inovasi bisnis sesuai dengan cita rasa pendiri. Produk ini merupakan perpaduan unik antara kimbab tradisional Korea dengan cita rasa khas Indonesia, menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan memikat.

B. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan pada dasarnya berisi uraian secara terperinci terhadap tahapan-tahapan dalam pembahasan yang dilakukan. Adapun dalam perintisan ini terbagi atas empat bab.

Bab I Pendahuluan memaparkan mengenai latar belakang bisnis makanan kimbab dan popularitasnya di pasaran serta signifikansi riset makanan kimbab dalam konteks bisnis makanan.

Bab II Pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis yang terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis yang berisi tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, logo brand, program kerja masing-masing bidang, serta aspek-aspek yang berhubungan dengan pelaksanaan dalam bidang keuangan dan produksi.

Bab III Identifikasi dan pemecahan masalah memuat identifikasi masalah, tinjauan teoritis, dan pemecahan masalah. Pada bagian identifikasi masalah menguraikan tentang permasalahan yang dihadapi oleh pelaku bisnis dalam membuat suatu bisnisnya. Kemudian bagian tinjauan teoritis berisikan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai dalam penyelesaian dalam masalah yang dihadapi.

Bab IV Kesimpulan dan saran yang menjelaskan terkait dengan pelaksanaan bisnis. Beserta saran dari penulis kepada pembaca dari kegiatan perintisan bisnis yang telah dilakukan.

Bagian Akhir pemaparan tentang daftar Pustaka dan lampiran-lampiran dalam pelaksanaan kegiatan perintisan bisnis.

BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN BISNIS

A. Profil Bisnis

Bisnis ini diciptakan karena berangkat dari permasalahan pendiri bisnis bahwa, ingin merasakan makanan kimbab namun terhalang dengan selera cita rasa yang bertolak belakang dengan cita rasa Korea. Sehingga muncullah ide untuk menciptakan inovasi bisnis sesuai dengan cita rasa pendiri. Produk ini merupakan perpaduan unik antara kimbab tradisional Korea dengan cita rasa khas Indonesia, menciptakan pengalaman kuliner yang unik dan memikat. Yogyakarta yang merupakan salah satu kota pelajar membuat daerah ini sebagai target penulis untuk menjual kimbab, Dimana sebagian besar penduduknya adalah kalangan anak muda. Tidak terlepas dari itu saat ini kalangan anak muda juga banyak menggemari korea menjadi alasan yang kuat untuk penulis berjualan di daerah ini.

Berawal dari latar belakang Tugas Akhir Perintisan Bisnis, penulis memilih untuk merintis bisnis ini. Hunaa Kimbab adalah sebuah brand yang penulis ambil untuk memberi nama pada bisnis ini. "Hunaa Kimbab" adalah sebuah produk makanan hidangan khas Korea yang menghadirkan sentuhan cita rasa nusantara dalam makanan kimbab. Nama produk ini berasal dari kata "Hunaa" yang dalam bahasa Arab berarti "disini" sehingga menciptakan kesan bahwa kimbab yang lezat bisa ditemukan di sini. Bisnis ini merupakan bisnis yang bergerak di bidang FnB (*Food and Beverage*) atau makanan. Berdiri pada tahun 2024 bulan Maret yang berlokasi di Jl. Kimpulan 2, Krawitan, Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Produk dari bisnis Hunaa Kimbab sendiri yaitu makanan olahan yang biasa disebut kimbab. Kimbab merupakan makanan yang berasal dari negara Korea. Hunaa Kimbab menyediakan makanan olahan kimbab yang sudah di kolaborasikan dengan varian cita rasa khas nusantara. Hunaa kimbab dilakukan melalui pemasaran secara *Online* melalui media sosial Instagram, whatsapp, penjualan secara langsung, *Delivery Order*, dan *Pre Order*.



Gambar 2.1 Logo brand Hunaa kimbab

Logo brand merupakan identitas utama sebuah produk. Berikut ini makna logo dari Hunaa Kimbab: 2 lingkaran pada logo menggambarkan seperti bentuk irisan kimbab. Huruf “HK” di Tengah lingkaran melambangkan sebagai nama dari Hunaa Kimbab. 2 garis miring yang melintang menggambarkan sumpit sebagai alat makan saat mengonsumsi kimbab. Segitiga di bawah lingkaran yang menghadap ke bawah menggambarkan logo map atau lokasi. Seperti nama brand sendiri Hunaa yang berasal dari Bahasa Arab yang berarti disini, yang berarti dapat ditemukan disini. Tulisan HUNAA KIMBAB melingkar diatas 2 lingkaran dapat diartikan bahwa lebih menunjukkan logo milik hunaa kimbab itu sendiri.

Dalam menjalankan tugasnya tim hunaa kimbab terdiri dari 2 orang yang masing-masing menjalankan tugasnya sesuai dengan bagiannya. Bagian pemasaran dan riset pasar dipegang oleh tim hunaa kimbab yang bernama Shela Riska Rahmawati. Bagian keuangan dan produksi dipegang oleh tim hunaa kimba yang bernama Alfiatu Dumatsah Fina. Berikut ini program kerja sesuai dengan bagian-bagian yang ada di tim hunaa kimbab.

BAGIAN PEMASARAN	BAGIAN PRODUKSI	BAGIAN KEUANGAN
1. Bertanggungjawab atas branding produk (membuat desain	1. Menghitung jumlah produksi harian	1. Menghitung biaya produksi, HPP, dan

logo produk dan akun media sosial)	2. Menentukan supplier bahan baku berkualitas dan terjangkau	analisis keuntungan BEP
2. Menciptakan konten digital		2. Mencatat keuangan harian, laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.
3. Membuat sertifikasi halal produk	3. Membuat menu dan sampel produk 4. Melakukan produksi, <i>quality control</i> , dan manajemen <i>stock product</i> .	3. Melakukan evaluasi

Tabel 2.1 Program Kerja setiap bagian

Dalam setiap aktivitasnya setiap bagian saling membantu sama lain untuk bekerja sama dalam mencapai target. Dalam hal keuangan dalam bisnis ini termasuk dalam proses produksi, karena didalamnya banyak sekali menyangkut tentang produksi. Dalam melaksanakan segala kegiatan tim hunaa kimbab telah membuat rancangan target aktivitas yang disebut juga dengan *key performance indicator* (KPI).

Program Kerja Produksi	Indikator Capaian Aktivitas
Menghitung jumlah produksi harian	Target produksi harian 10 Gulung kimbab
Menentukan supplier bahan baku berkualitas dan terjangkau	Mendapatkan informasi kontak dan Alamat supplier beserta harganya
Membuat menu dan sampel produk	Dokumentasi Kumpulan resep dan pembuatan sample promosi sebanyak 3 kali
Melakukan produksi, <i>quality control</i> , dan manajemen <i>stock product</i>	1. Menentukan lokasi produksi

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Produk yang dihasilkan telah di uji coba dari segi rasa, bentuk, dan isian. 3. Memastikan produk tidak rusak, tidak basi, dan dapat di konsumsi oleh konsumen. 4. Mengecek produk setiap kali akan dipasarkan. 5. Memastikan tetap higienis dengan memakai sarung tangan pada saat produksi. 6. Memastikan produk fresh setiap harinya.
Manajemen stock product	Rekapitulasi stok produk harian

Tabel 2.2 Program Kerja bagian produksi beserta Indikator Capaian Aktivitas

Program Kerja	Indikator Capaian Aktivitas
Menghitung biaya produksi, HPP, dan analisis keuntungan BEP	Efisiensi biaya produksi, Penentuan harga jual produk di kisaran Rp.10.000-Rp.12.000. jumlah unit produksi untuk pengembalian modal.
Mencatat keuangan harian, laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas.	Pencatatan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi
Melakukan evaluasi	Untuk melihat capaian target bisnis demi mencapai keuntungan serta meminimalisir kerugian.

Tabel 2. 3 Program Kerja bagian produksi beserta Indikator Capaian Aktivitas

B. Pelaksanaan Bisnis

Terdapat berbagai macam makanan korea yang populer di Indonesia, dan salah satu makanan yang menjadi favorit adalah kimbab. Kimbab adalah makanan olahan nasi yang digulung dengan rumput laut dan bahan-bahan umum lainnya seperti daging ayam, mentimun, dan lain-lain. Kimbab memiliki peluang yang baik di Indonesia karena meningkatnya popularitas budaya Korea di Indonesia. Kimbab memiliki latar belakang yang unik karena dapat dijadikan sebagai makanan praktis yang cocok untuk dibawa piknik, hiking, atau aktivitas lain di luar ruangan. Kimbab juga cocok untuk orang yang memiliki jam kerja yang padat sehingga tidak sempat untuk menyiapkan dan sarapan pagi. Selain itu, kimbab juga cocok untuk orang yang ingin mencoba makanan Korea yang unik dan berbeda dari makanan Indonesia. Kimbab juga dapat diisi dengan berbagai macam bahan, sehingga memiliki banyak variasi rasa.

Bisnis Kimbab ini mulai dilaksanakan pada 12 Maret 2024, bisnis ini pertama kali dimulai pada bulan Ramadhan dalam kegiatan safari Ramadhan, yang berlokasi di depan Yamaha Jl. Kaliurang, Lodadi, Umbulmartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dalam perintisan bisnis ini penulis akan memaparkan beberapa aspek yang terkait dengan pelaksanaan yang telah dilakukan yaitu dalam aspek produksi dan aspek keuangan.

1. Aspek Produksi

a. Riset Harga Bahan Baku

NO	NAMA BAHAN	HARGA	KETERANGAN
1	Beras	Rp. 69.500	5 kg
2	Nori	Rp. 85.000	Pcs
3	Sosis	Rp. 25.500	500 gr
4	Telur	Rp. 26.000	Kg
5	Wortel	Rp. 12.000	Kg
6	Timun	Rp. 10.000	Kg
7	Bayam	Rp. 3.000	Ikat
8	Selada	Rp. 20.000	Kg
9	Tepung	Rp. 12.000	Kg
10	Cabe	Rp. 65.000	Kg
11	Tempe	Rp. 8.000	Pcs
12	Garam	Rp. 3.000	250 gr
13	Bawang Putih	Rp. 40.000	Kg
14	Dada ayam	Rp. 35.000	Kg
15	Kecap manis	Rp. 14.000	Botol
16	Minyak Wijen	Rp. 37.000	Botol
17	Penyedap rasa	Rp. 5.000	Bungkus
18	Wijen sangrai	Rp. 18.000	150 gr

2. 4 Bahan baku Produksi

b. Spesifikasi Produk (Menu Hunaa Kimbab)

- 1) Kimbab Original : Kimbab berisi nasi, telur, wortel, bayam, sosis, dibalut dengan nori (rumput laut).



Gambar 2.2 Kimbab Original

- 2) Kimbab Y-Rice : Kimbab berisi nasi kuning, orek tempe, telur, timun, dibalut dengan nori (rumpot laut).



Gambar 2.3 Kimbab Y-Rice

- 3) Kimbab Ayam Geprek : Kimbab berisi nasi, selada, timun, ayam krispi dengan campuran sambal geprek dan dibalut dengan nori (rumpot laut)



Gambar 2.4 Kimbab Ayam Geprek

c. Kemasan Produk :

- 1) Kemasan mika
- 2) Stepler
- 3) Label stiker logo dan ucapan terima kasih
- 4) Garpu kue
- 5) Saus sachet



Gambar 2.5 Kemasan Produk

d. Alat Produksi yang digunakan :

- 1) Tikar penggulung sushi
- 2) Kompor
- 3) Wajan
- 4) Pisau
- 5) Sarung tangan plastik sekali pakai
- 6) Kemasan mika dan stepler

e. Supplier bahan baku :

- 1) Ayam
 - a) Nama : Pemotongan Ayam Ayu Barokah Pakem
 - b) Lokasi : Pasar Pakem

2) Sayur

a) Nama : Toko sayur bu ria

b) Lokasi : Pasar Pakem

3) Sosis

a) Nama : Jogja Frozen Food

b) Lokasi : Pasar Pakem

c) Nama : Rasa Foodie Frozen food

d) Lokasi : Jl. Kaliurang No.13 Koplak, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kab. sleman, DIY

Melakukan riset terkait dengan bahan baku produksi yang nantinya akan menjadi mitra bisnis dalam pembelian bahan baku.

f. **Riset lokasi dan mitra** : menentukan lokasi penjualan dengan melakukan riset lokasi di sekitar jalan Kaliurang .

1) Lokasi penjualan : Sekitar jalan Kaliurang, Depan Yamaha Kaliurang.

2) Mitra : Azka snack Jl. Degolan, Azka snack Jl.Pandanaran

g. Membuat Menu Produk beserta sampel

Dalam rintisan bisnis Hunaa Kimbab memproduksi 3 varian menu produk, yaitu kimbab ayam geprek, kimbab y-Rice atau nasi kuning, dan kimbab original. Berikut detail bahan baku serta proses pengolahannya.

1) Kimbab Ayam Geprek

Bahan baku :

a) Nasi putih

b) Dada ayam fillet

c) Tepung serbaguna + terigu

d) Mentimun

e) Selada

f) Cabai

g) Bawang putih bubuk

h) Bawang putih

- i) Garam
- j) Minyak wijen
- k) Cetakan gulungan kimbab
- l) Wijen Sangrai

Proses produksi :

- a) Marinasi daging dada ayam yang sudah di fillet menggunakan bubuk bawang putih lalu diamkan kurang lebih 30 menit.
- b) Siapkan tepung serbaguna lalu berikan sedikit air hingga teksturnya mengental.
- c) Siapkan tepung terigu dan beri sedikit garam dan penyedap rasa.
- d) Baluri daging dada ayam fillet yang sudah di marinasi menggunakan tepung serbaguna yang sudah di larutkan dengan air, lalu baluri kembali dengan racikan tepung terigu yang telah disiapkan sebelumnya.
- e) Goreng daging dada ayam fillet yang sudah di baluri tepung hingga matang berwarna kuning kecokelatan lalu tiriskan.
- f) Iris daging ayam fillet yang sudah matang memanjang lalu sisihkan di wadah yang sudah disiapkan.
- g) Cuci selada dan mentimun lalu iris memanjang mentimun yang sudah dicuci bersih dan hilangkan bijinya.
- h) Cabai rawit, bawang putih, dan garam di uleg kasar hingga menjadi sambal bawang atau biasa disebut sambal matah lalu sisihkan
- i) Siapkan nasi yang sudah matang di wadah, beri sedikit minyak wijen lalu aduk hingga merata
- j) Siapkan gulungan (cetakan kimbab atau cetakan sushi), letakkan 1 lembar Java nori diatasnya
- k) Letakkan nasi diatas nori yang sudah disiapkan secukupnya, dan sisakan pinggiran nori untuk menjadi perekat saat digulung nanti
- l) Letakkan selada, mentimun, dan daging dada ayam fillet yang sudah di geprek bersama sambal yang sudah disiapkan diatas nasi.

- m) Gulung secara perlahan sambil di tekan agar nantinya kimbab bertekstur padat dan tidak mudah ambyar.
- n) Iris nasi yang sudah digulung menjadi 10 bagian.
- o) Taburkan sedikit wijen sangrai di atasnya, dan kimbab geprek siap dihidangkan.



Gambar 2.6 Kimbab Ayam Geprek

2) Kimbab Y-Rice

Bahan baku :

- a) Nasi putih
- b) Bumbu nasi kuning merek kobe
- c) Tempe
- d) Telur
- e) Mentimun
- f) 1 hingga 3 cabai
- g) Bawang putih
- h) Bawang merah
- i) Garam
- j) Gula pasir
- k) Kecap manis
- l) Cetakan gulungan kimbab

m) Wijen Sangrai

Proses produksi :

- a) Aduk telur dan beri sedikit garam lalu goreng hingga menjadi telur dadar
- b) Iris telur dadar yang sudah matang secara memanjang lalu sisihkan
- c) Potong tempe secara dadu memanjang kurang lebih 3cm
- d) Goreng tempe hingga berwarna kuning kecokelatan lalu tiriskan
- e) Iris tipis bawang merah, bawang putih, dan cabai
- f) Tumis bawang dan cabai yang sudah diiris hingga wangi lalu beri air
- g) Campurkan kecap, garam, dan sedikit gula lalu aduk hingga merata
- h) Masukkan tempe yang sudah matang ke dalamnya dan aduk merata
- i) Tunggu hingga bumbu meresap lalu tiriskan
- j) Cuci mentimun lalu iris memanjang dan hilangkan bijinya
- k) Campurkan nasi yang sudah matang dengan bumbu nasi kuning secukupnya lalu aduk merata
- l) Siapkan gulungan (cetakan kimbab atau cetakan sushi), letakkan 1 lembar Java nori di atasnya
- m) Letakkan nasi kuning di atas nori yang sudah disiapkan secukupnya, dan sisakan pinggiran nori untuk menjadi perekat saat digulung nanti
- n) Letakkan tempe orek kecap, mentimun, dan telur dadar yang sudah diiris di atas nasi kuning
- o) Gulung secara perlahan sambil di tekan agar nantinya kimbab bertekstur padat dan tidak mudah ambyar
- p) Iris nasi yang sudah digulung menjadi 10 bagian
- q) Taburkan sedikit wijen sangrai di atasnya, dan kimbab y-Rice siap dihidangkan



Gambar 2.7 Kimbab Y-Rice

3) Kimbab Original

Bahan baku :

- a) Nasi
- b) Wortel
- c) Bayam
- d) Telur
- e) Sosis
- f) Minyak wijen
- g) Cetakan gulungan kimbab
- h) Wijen Sangrai

Proses produksi :

- a) Serut wortel menggunakan parutan lalu sisihkan
- b) Tumis wortel dengan sedikit minyak, jika sudah layu atau tidak keras maka tiriskan
- c) Pisahkan antara daun bayam dan tangkainya, lalu rebus daun bayam di air mendidih cukup 1-2 menit, lalu tiriskan
- d) Goreng sosis utuh tanpa di potong hingga matang lalu tiriskan

- e) Aduk telur dan beri sedikit garam lalu goreng hingga menjadi telur dadar
- f) Iris telur dadar yang sudah matang secara memanjang lalu sisihkan
- g) Campurkan nasi yang sudah matang dengan bumbu nasi kuning secukupnya lalu aduk merata
- h) Siapkan gulungan (cetakan kimbab atau cetakan sushi), letakkan 1 lembar Java nori di atasnya
- i) Letakkan bayam rebus, tumis wortel, sosis dan irisan telur dadar diatas nasi
- j) Gulung secara perlahan sambil di tekan agar nantinya kimbab bertekstur padat dan tidak mudah ambyar
- k) Iris nasi yang sudah digulung menjadi 10 bagian
- l) Taburkan sedikit wijen sangrai di atasnya, dan kimbab original siap dihidangkan



Gambar 2.8 Kimbab Original

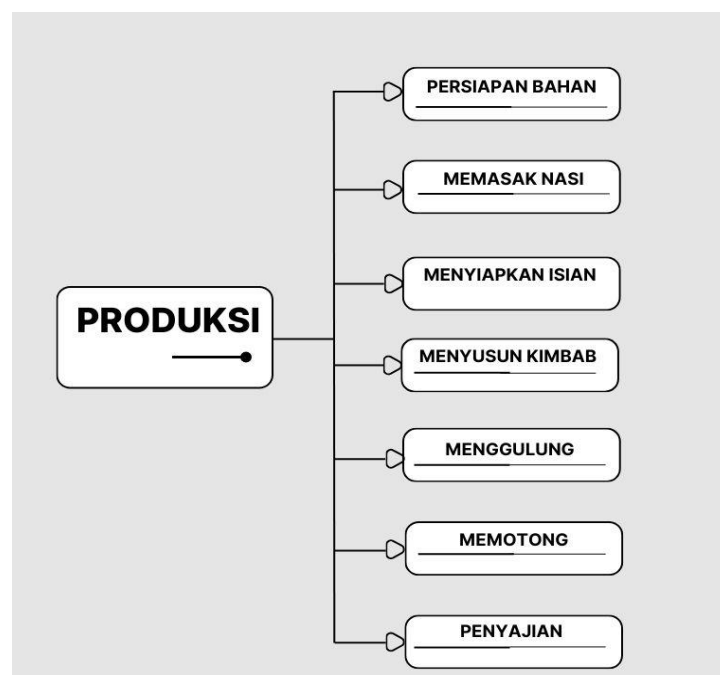
h. Operasional Produksi

1) *Sampling* Produk

Proses sampling produk dilakukan untuk menguji dalam proses pembuatan produk dengan inovasi varian sebagai pengembangan produk terbaru. Memilih variasi kimbab yang akan dibuat, dari segi bahan, rasa, dan metode pembuatan. Menyiapkan sampel kimbab dengan cara yang menarik sesuai dengan standar kebersihan. Melakukan testing dari segi rasa, tekstur, aroma, dan penampilan. Revisi produk berdasarkan umpan balik, melakukan revisi resep atau proses produksi jika diperlukan.

2) Proses Produksi

Kegiatan proses produksi dilakukan di salah satu kos tim hunaa kimbab demi memudahkan proses produksi dan penyimpanan bahan baku serta alat produksi yaitu di Kos Putri Dewi. Proses produksi dilakukan dari bahan mentah kemudian diolah sampai menjadi makanan kimbab. Proses produksi Hunaa Kimbab meliputi:



Gambar 2.9 Alur Produksi Hunaa Kimbab

i. Manajemen Stok Product

1) Perencanaan Stok

Sebelum melakukan bisnis ada hal yang harus dilakukan, yaitu melakukan perencanaan stok untuk produksi.

2) Pengadaan stok

Pengadaan stok dilakukan dengan memilih dan menjalin hubungan dengan pemasok sesuai dengan riset yang telah dilakukan, serta melakukan pemesanan bahan baku dan produk dengan pemasok barang.

3) Penyimpanan barang

Penyimpanan bahan baku di tempat yang aman serta pemeliharaan alat produksi dilakukan di salah satu kos tim, agar meminimalisir kehilangan barang, serta bahan baku disimpan dalam waktu yang tidak lama agar bahan tidak layu dan tetap fresh pada saat disajikan atau diolah. Bahan baku disimpan di dalam kulkas dan alat produksi disimpan di dalam keranjang.

4) Pengelolaan Stok bahan

Pengelolaan stok bahan dilakukan secara *real-time*, termasuk menggunakan metode FIFO (*First in, First Out*) untuk mengurangi pemborosan. Tahap pertama yaitu pembuatan kode untuk setiap bahan baku sebagai berikut:

NO	Buat Kode Bahan (unik & tanpa spasi)	Input Nama Bahan (harus unik)	Tentukan Satuan	Kategori	Stok Awal Tahun (wajib diisi)
1	B-01	Beras	kg	Bahan Dasar	0
2	B-02	Nori	pcs	Bahan Dasar	0
3	B-03	Bayam	gr	Bahan Dasar	0
4	B-04	Selada	gr	Bahan Dasar	0
5	B-05	Wortel	gr	Bahan Dasar	0
6	B-07	Timun	gr	Bahan Dasar	0
7	B-08	Telur	gr	Bahan Dasar	0
8	B-09	Sosis	gr	Bahan Dasar	0
9	B-10	Dada ayam	kg	Bahan Dasar	0
10	B-11	Tempe	gr	Bahan Dasar	0
11	BP-01	Cabe rawit	gr	Bahan Pembantu	0
12	BP-02	Bawang putih	gr	Bahan Pembantu	0
13	BP-03	Bawang Merah	gr	Bahan Pembantu	0
14	BP-04	Kecap	ml	Bahan Pembantu	0
15	BP-05	Garam	gr	Bahan Pembantu	0
16	BP-06	Minyak wijen	ml	Bahan Pembantu	0
17	BP-07	Saus sambal	gr	Bahan Pembantu	0
18	BP-08	Mayonaise	gr	Bahan Pembantu	0
19	BP-09	Bubuk Cabe	gr	Bahan Pembantu	0
20	BP-10	Masako	gr	Bahan Pembantu	0
21	BP-11	Tepung Terigu	kg	Bahan Pembantu	0
22	BP-12	Tepung serbaguna	gr	Bahan Pembantu	0
23	BP-13	Bumbu Nasi kuning	gr	Bahan Pembantu	0
24	BP-14	Wijen sangrai	gr	Bahan Pembantu	0
25	BP-15	Minyak goreng	ml	Bahan Pembantu	0
26	BP-16	Bawang putih bubuk	gr	Bahan Pembantu	0
27	K-01	Mika plastik	pcs	Kemasan	0
28	K-02	Kantong kresek	pcs	Kemasan	0

Tabel 2. 5 Kode Khusus setiap bahan baku dan kemasan

Sesuai kode produk yang tertera di atas, kode B diberikan untuk setiap bahan dasar, kode BP untuk setiap bahan pembantu, dan kode K untuk setiap kemasan. Kode ini dibuat untuk memudahkan proses *stok opname* bahan baku. Setelah membuat kode khusus untuk setiap bahan, selanjutnya dilakukan *Stok Opname*, biasanya dilakukan pada setiap akhir bulan guna mengetahui persediaan stok bahan dan meminimalisir adanya pemborosan bahan baku. Berikut ini adalah *stok opname* Hunaa Kimbab selama periode Maret s.d Agustus 2024.

LAPORAN STOK BAHAN					IN			OUT					
NO	KODE	NAMA BARANG	SATUAN	STOK AWAL TAHUN	B - Belanja Bahan	IB - Transfer in Bahan Baku	D - Digunakan	OB - Transfer Out Bahan Baku	BR - Bahan Baku Rusak	S - Susut Alami (Shrinkage)	BH - Bahan Baku Hilang	STOK AKHIR	STOK AKHIR
1	B-01	Beras	kg	0	5,0	0,0	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0 kg
2	B-02	Nori	pcs	0	210,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	68,5	68,5 pcs
3	B-03	Bayam	gr	0	200,0	0,0	194,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,0	6,0 gr
4	B-04	Selada	gr	0	250,0	0,0	218,0	0,0	0,0	0,0	0,0	32,0	32,0 gr
5	B-05	Wortel	gr	0	200,0	0,0	194,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,0	6,0 gr
6	B-06	Timun	gr	0	450,0	0,0	372,0	0,0	0,0	0,0	0,0	78,0	78,0 gr
7	B-07	Telur	gr	0	1.000,0	0,0	348,0	0,0	0,0	0,0	0,0	652,0	652,0 gr
8	B-08	Sosis	gr	0	750,0	0,0	291,0	0,0	0,0	0,0	0,0	459,0	459,0 gr
9	B-09	Dada Ayam	kg	0	1.001,0	0,0	545,0	0,0	0,0	0,0	0,0	456,0	456,0 kg
10	B-10	Tempe	gr	0	750,0	0,0	115,5	0,0	0,0	0,0	0,0	634,5	634,5 gr
11	BP-01	Cabe rawit	gr	0	500,0	0,0	497,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,0	3,0 gr
12	BP-02	Bawang Putih	gr	0	350,0	0,0	282,3	0,0	0,0	0,0	0,0	67,8	67,8 gr
13	BP-03	Bawang Merah	gr	0	350,0	0,0	192,5	0,0	0,0	0,0	0,0	157,5	157,5 gr
14	BP-04	Kecap	ml	0	340,0	0,0	115,5	0,0	0,0	0,0	0,0	224,5	224,5 ml
15	BP-05	Garam	gr	0	250,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	108,5	108,5 gr
16	BP-06	Minyak wijen	ml	0	160,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	18,5	18,5 ml
17	BP-07	Saus Sambal	gr	0	2.000,0	0,0	1.839,5	0,0	0,0	0,0	0,0	160,5	160,5 gr
18	BP-08	Mayonaise	gr	0	2.000,0	0,0	1.415,0	0,0	0,0	0,0	0,0	585,0	585,0 gr
19	BP-09	Bubuk Cabe	gr	0	150,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	8,5	8,5 gr
20	BP-10	Masako	gr	0	50,0	0,0	19,3	0,0	0,0	0,0	0,0	30,8	30,8 gr
21	BP-11	Tepung Terigu	kg	0	6,0	0,0	5,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6 kg
22	BP-12	Tepung Serbaguna	gr	0	2.000,0	0,0	1.907,5	0,0	0,0	0,0	0,0	92,5	92,5 gr
23	BP-13	Bumbu nasi kuning	gr	0	245,0	0,0	192,5	0,0	0,0	0,0	0,0	52,5	52,5 gr
24	BP-14	Wijen sangrai	gr	0	300,0	0,0	283,0	0,0	0,0	0,0	0,0	17,0	17,0 gr
25	BP-15	Minyak goreng	ml	0	8.000,0	0,0	7.860,0	0,0	0,0	0,0	0,0	140,0	140,0 ml
26	BP-16	Bawang putih bubuk	gr	0	500,0	0,0	436,0	0,0	0,0	0,0	0,0	64,0	64,0 gr
27	K-01	Mika plastik	pcs	0	200,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	58,5	58,5 pcs
28	K-02	Kantong kresek	pcs	0	150,0	0,0	141,5	0,0	0,0	0,0	0,0	8,5	8,5 pcs

Tabel 2. 1 Laporan Stok Opname Periode Maret 2024

LAPORAN STOK BAHAN					IN			OUT					
NO	KODE	NAMA BARANG	SATUAN	STOK AWAL TAHUN	B - Belanja Bahan	IB - Transfer in Bahan Baku	D - Digunakan	OB - Transfer Out Bahan Baku	BR - Bahan Baku Rusak	S - Susut Alami (Shrinkage)	BH - Bahan Baku Hilang	STOK AKHIR	STOK AKHIR
1	B-01	Beras	kg	2	2	0	3,0	0	0	0	0	1,0	1,0 kg
2	B-02	Nori	pcs	68,5	100	0	141,5	0	0	0	0	27,0	27,0 pcs
3	B-03	Bayam	gr	6	200	0	194,0	0	0	2	0	10,0	10,0 gr
4	B-04	Selada	gr	32	200	0	218,0	0	0	3	0	11,0	11,0 gr
5	B-05	Wortel	gr	6	200	0	194,0	0	0	0	0	12,0	12,0 gr
6	B-06	Timun	gr	78	300	0	372,0	0	0	0	0	6,0	6,0 gr
7	B-07	Telur	gr	652	500	0	348,0	0	0	0	0	804,0	804,0 gr
8	B-08	Sosis	gr	459	0	0	291,0	0	0	0	0	168,0	168,0 gr
9	B-09	Dada Ayam	kg	456	500	0	545,0	0	1	0	0	410,0	410,0 kg
10	B-10	Tempe	gr	634,5	0	0	115,5	0	0	0	0	519,0	519,0 gr
11	BP-01	Cabe rawit	gr	3	500	0	497,0	0	0	0	0	6,0	6,0 gr
12	BP-02	Bawang Putih	gr	67,8	350	0	282,3	0	0	0	0	135,6	135,6 gr
13	BP-03	Bawang Merah	gr	157,5	350	0	192,5	0	0	0	0	315,0	315,0 gr
14	BP-04	Kecap	ml	224,5	340	0	115,5	0	0	0	0	449,0	449,0 ml
15	BP-05	Garam	gr	108,5	250	0	141,5	0	0	0	0	217,0	217,0 gr
16	BP-06	Minyak wijen	ml	18,5	160	0	141,5	0	0	0	0	37,0	37,0 ml
17	BP-07	Saus Sambal	gr	160,5	2.000	0	1.839,5	0	0	0	0	321,0	321,0 gr
18	BP-08	Mayonaise	gr	585	1.000	0	1.415,0	0	0	0	0	170,0	170,0 gr
19	BP-09	Bubuk Cabe	gr	8,5	150	0	141,5	0	0	0	0	17,0	17,0 gr
20	BP-10	Masako	gr	30,8	50	0	19,3	0	0	0	0	61,6	61,6 gr
21	BP-11	Tepung Terigu	kg	0,6	6	0	5,5	0	0	0	0	1,2	1,2 kg
22	BP-12	Tepung Serbaguna	gr	92,5	2.000	0	1.907,5	0	0	0	0	185,0	185,0 gr
23	BP-13	Bumbu nasi kuning	gr	52,5	245	0	192,5	0	0	0	0	105,0	105,0 gr
24	BP-14	Wijen sangrai	gr	17	300	0	283,0	0	0	0	0	34,0	34,0 gr
25	BP-15	Minyak goreng	ml	140	8.000	0	7.860,0	0	0	0	0	280,0	280,0 ml
26	BP-16	Bawang putih bubuk	gr	64	500	0	436,0	0	0	0	0	128,0	128,0 gr
27	K-01	Mika plastik	pcs	58,5	200	0	141,5	0	0	0	0	117,0	117,0 pcs
28	K-02	Kantong kresek	pcs	8,5	200	0	141,5	0	0	0	0	67,0	67,0 pcs

Tabel 2.7 Laporan Stok Opname Periode Juni

LAPORAN STOK BAHAN													
NO	KODE	NAMA BARANG	SATUAN	STOK AWAL TAHUN	IN		PROD	OUT				STOK AKHIR	STOK AKHIR
					B - Belanja Bahan	IB - Transfer in Bahan Baku	D - Digunakan	OB - Transfer Out Bahan Baku	BR - Bahan Baku Rusak	S - Susut Alami (Shrinkage)	BH - Bahan Baku Hilang		
1	B-01	Beras	kg	1	2	0	2,0	0	0	0	0	1,0	1,0 kg
2	B-02	Nori	pcs	27	150	0	100,0	0	0	0	0	77,0	77,0 pcs
3	B-03	Bayam	gr	10	200	0	200,0	0	0	2	0	8,0	8,0 gr
4	B-04	Selada	gr	11	250	0	230,0	0	0	3	0	28,0	28,0 gr
5	B-05	Wortel	gr	12	230	0	170,0	0	0	0	0	72,0	72,0 gr
6	B-06	Timun	gr	6	400	0	368,0	0	0	0	0	38,0	38,0 gr
7	B-07	Telur	gr	804	500	0	435,0	0	0	0	0	869,0	869,0 gr
8	B-08	Sosis	gr	168	200	0	342,0	0	0	0	0	26,0	26,0 gr
9	B-09	Dada Ayam	kg	410	300	0	550,0	0	1	0	0	159,0	159,0 kg
10	B-10	Tempe	gr	519	10	0	400,0	0	0	0	0	129,0	129,0 gr
11	BP-01	Cabe rawit	gr	403	200	0	534,0	0	0	0	0	69,0	69,0 gr
12	BP-02	Bawang Putih	gr	135,6	150	0	245,5	0	0	0	0	40,1	40,1 gr
13	BP-03	Bawang Merah	gr	315	100	0	189,5	0	0	0	0	225,5	225,5 gr
14	BP-04	Kecap	ml	449	0	0	120,5	0	0	0	0	328,5	328,5 ml
15	BP-05	Garam	gr	217	0	0	155,5	0	0	0	0	61,5	61,5 gr
16	BP-06	Minyak wijen	ml	37	130	0	151,5	0	0	0	0	15,5	15,5 ml
17	BP-07	Saus Sambal	gr	321	2.000	0	1.839,5	0	0	0	0	481,5	481,5 gr
18	BP-08	Mayonaise	gr	170	2.000	0	1.515,0	0	0	0	0	655,0	655,0 gr
19	BP-09	Bubuk Cabe	gr	17	150	0	161,5	0	0	0	0	5,5	5,5 gr
20	BP-10	Masako	gr	61,6	0	0	26,3	0	0	0	0	35,3	35,3 gr
21	BP-11	Tepung Terigu	kg	1,2	5	0	4,5	0	0	0	0	1,2	1,2 kg
22	BP-12	Tepung Serbaguna	gr	185	2.000	0	2.075,0	0	0	0	0	110,0	110,0 gr
23	BP-13	Bumbu nasi kuning	gr	34	245	0	182,5	0	0	0	0	96,5	96,5 gr
24	BP-14	Wijen sangrai	gr	34	300	0	306,3	0	0	0	0	27,7	27,7 gr
25	BP-15	Minyak goreng	ml	280	7.000	0	6.860,0	0	0	0	0	420,0	420,0 ml
26	BP-16	Bawang putih bubuk	gr	128	310	0	435,0	0	0	0	0	3,0	3,0 gr
27	K-01	Mika plastik	pcs	117	100	0	170,0	0	0	0	0	47,0	47,0 pcs
28	K-02	Kantong kresek	pcs	67	100	0	150,0	0	0	0	0	17,0	17,0 pcs

2. 8 Laporan Stok Opname Periode Juli 2024

LAPORAN STOK BAHAN													
NO	KODE	NAMA BARANG	SATUAN	STOK AWAL TAHUN	IN		PROD	OUT				STOK AKHIR	STOK AKHIR
					B - Belanja Bahan	IB - Transfer in Bahan Baku	D - Digunakan	OB - Transfer Out Bahan Baku	BR - Bahan Baku Rusak	S - Susut Alami (Shrinkage)	BH - Bahan Baku Hilang		
1	B-01	Beras	kg	1	2	0	2,0	0	0	0	0	1,0	1,0 kg
2	B-02	Nori	pcs	77	50	0	50,0	0	0	0	0	77,0	77,0 pcs
3	B-03	Bayam	gr	8	100	0	100,0	0	0	0	0	8,0	8,0 gr
4	B-04	Selada	gr	28	250	0	230,0	0	0	0	0	48,0	48,0 gr
5	B-05	Wortel	gr	72	230	0	170,0	0	0	0	0	132,0	132,0 gr
6	B-06	Timun	gr	38	400	0	368,0	0	0	0	0	70,0	70,0 gr
7	B-07	Telur	gr	869	500	0	435,0	0	0	0	0	934,0	934,0 gr
8	B-08	Sosis	gr	26	375	0	342,0	0	0	0	0	59,0	59,0 gr
9	B-09	Dada Ayam	kg	159	400	0	550,0	0	0	0	0	9,0	9,0 kg
10	B-10	Tempe	gr	129	15	0	140,0	0	0	0	0	4,0	4,0 gr
11	BP-01	Cabe rawit	gr	69	300	0	334,0	0	0	0	0	35,0	35,0 gr
12	BP-02	Bawang Putih	gr	40,1	150	0	120,0	0	0	0	0	70,1	70,1 gr
13	BP-03	Bawang Merah	gr	225,2	100	0	189,5	0	0	0	0	135,7	135,7 gr
14	BP-04	Kecap	ml	328,5	210	0	80,5	0	0	0	0	458,0	458,0 ml
15	BP-05	Garam	gr	61,5	250	0	155,5	0	0	0	0	156,0	156,0 gr
16	BP-06	Minyak wijen	ml	15,5	75	0	59,0	0	0	0	0	31,5	31,5 ml
17	BP-07	Saus Sambal	gr	481,5	1.000	0	919,5	0	0	0	0	562,0	562,0 gr
18	BP-08	Mayonaise	gr	655	1.000	0	756,0	0	0	0	0	899,0	899,0 gr
19	BP-09	Bubuk Cabe	gr	5,5	150	0	121,5	0	0	0	0	34,0	34,0 gr
20	BP-10	Masako	gr	35,3	2	0	12,3	0	0	0	0	25,0	25,0 gr
21	BP-11	Tepung Terigu	kg	1,2	4	0	2,0	0	0	0	0	3,2	3,2 kg
22	BP-12	Tepung Serbaguna	gr	110	2.000	0	2.075,0	0	0	0	0	35,0	35,0 gr
23	BP-13	Bumbu nasi kuning	gr	96,5	245	0	182,5	0	0	0	0	159,0	159,0 gr
24	BP-14	Wijen sangrai	gr	27,7	150	0	136,0	0	0	0	0	41,7	41,7 gr
25	BP-15	Minyak goreng	ml	420	3.500	0	3.480,0	0	0	0	0	440,0	440,0 ml
26	BP-16	Bawang putih bubuk	gr	3	310	0	215,0	0	0	0	0	98,0	98,0 gr
27	K-01	Mika plastik	pcs	47	100	0	75,0	0	0	0	0	72,0	72,0 pcs
28	K-02	Kantong kresek	pcs	17	100	0	50,0	0	0	0	0	67,0	67,0 pcs

Tabel 2.9 Laporan Stok Opname Periode Agustus 2024

j. Quality Control

Pengendalian kualitas merupakan suatu kegiatan yang dilakukan terhadap produk yang dihasilkan, untuk melihat apakah produk tersebut sesuai standar yang diharapkan serta melakukan perbaikan jika produk yang dihasilkan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan perusahaan (Assauri.S, 2016).

NO	KEGIATAN	INDIKATOR
1	Pembelian Bahan baku	1. Pemeriksaan bahan baku apabila ada yang tidak layak pakai, lembek, bau, berjamur, berulat, busuk.
2	Penyimpanan bahan baku	1. Penyimpanan bahan baku yang telah digunakan disimpan ditempat yang aman dan terhindar dari sinar matahari 2. Sisa bahan baku di lemari es atau kulkas, sementara bahan baku seperti ayam dan sosis disimpan di dalam freezer.
3	Proses Produksi	1. Memastikan bahan tidak berlebihan untuk mengurangi <i>waste</i> bahan baku. 2. Memastikan sayuran fresh 3. Memastikan telur tidak gosong 4. Memastikan rasa pas, tidak asin. 5. Memastikan gulungan yang rapi.

		6. Memastikan potongan tidak hancur, isian tidak ada yang berceceran, bentuk rapi
4	Pengecekan tempat penyimpanan	1. Memastikan wadah bersih dan higienis dari debu dan kotoran
5	Pengemasan	1. Memastikan packaging diberi stiker, diberi kertas minyak. 2. Memastikan saus tertutup rapat. 3. Menyediakan sumpit / tusuk buah.

Tabel 2.10 Indikator dalam Quality Control

Mengontrol kualitas barang dilakukan sebelum penjualan, jika ada produk, kemasan, atau bahan yang kurang layak maka tidak akan dijual ke pelanggan. Sebisa mungkin kami menjual dengan produk yang fresh dan baik kepada pelanggan.

2. Tinjauan Aspek Keuangan

Pada laporan Perintisan Bisnis ini penulis menyusun rencana keuangan dan anggaran keuangan untuk dapat mengatur sumber daya secara efisien, dan memantau pengeluaran. Serta dapat membantu mengalokasikan pendapatan. Dengan mengalokasikan keuangan dengan baik, maka diharapkan bisnis ini dapat mencapai tujuan dan juga pertumbuhan bisnis ini dimasa mendatang.

a. Analisis Keuangan

1) Modal

Pada awal rencana perintisan bisnis kimbab tim hunaa kimbab bersepakat mengumpulkan modal usaha untuk operasional dan kebutuhan bisnis kimbab. Hunaa kimbab sendiri menggunakan sistem akad musyarakah, dimana modal dan pembagian hasil nantinya akan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama kedua belah pihak. Adapun kerugian dalam usaha segalanya termasuk tanggung jawab bersama.

Berikut rincian modal bisnis kimbab :

Nama	Bulan	Modal
Shela Riska Rahmawati	Maret	Rp. 500.000
Alfiatu Dumatsah Fina	Maret	Rp. 500.000

Tabel 2. 11 Rincian modal

Pada awal mula pendirian bisnis ini tim hunaa kimbab bersepakat untuk mengumpulkan modal keseluruhan sebesar Rp.1.000.000,-.

2) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap atau *fixed cost* adalah biaya yang tidak berubah dengan peningkatan atau penurunan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan dalam sebuah usaha. Sehingga biaya tetap ialah biaya yang harus dibayar oleh perusahaan terlepas dari aktivitas bisnis. (Mulyadi, 2012).

No.	Jenis Biaya Tetap	Jumlah (per bulan)
1	Beban Admin Qris	Rp25,553
2	Beban Gaji	Rp520,000
3	Penyusutan Peralatan	Rp11,944
Jumlah		Rp557,497

Tabel 2. 12 Rincian Biaya Tetap

Dilihat dari tabel diatas bahwa biaya tetap yang dikeluarkan oleh Hunaa kimbab setiap bulannya sebesar Rp. 557.497. sesuai dengan rincian dalam tabel yaitu beban admin qris sebesar Rp.25.553, beban gaji karyawan sebesar Rp.520.000, dan penyusutan peralatan sebesar Rp. 11.944.

Sebelum melakukan penjualan tim hunaa kimbab bersepakat untuk membeli sejumlah peralatan yang dibutuhkan seperti both. Both ini dibeli melalui media sosial yang menjual barang bekas. Kemudian kursi plastik dan keranjang plastik dibeli secara offline di Toko perabotan Rafa sebagai investasi bisnis. Dan sejumlah peralatan pelengkap lainnya.

NO	AKTIVA BERWUJUD	JUMLAH		UMUR EKONOMIS (TAHUN)	HARGA	TOTAL
1	BOTH	1	set	3	Rp. 250.000	Rp.250.000
2	KURSI PLASTIK	2	pcs	4	Rp.15.000	Rp.30.000
3	KERANJANG	1	pcs	2	Rp.31.000	Rp.31.000
4	PISAU	1	Pcs	2	Rp. 8.500	Rp. 8.500
5	TALENAN	1	Pcs	2	Rp.10.000	Rp.10.000
6	PARUTAN	1	Pcs	2	Rp.4.000	Rp.4.000

Tabel 2. 13 Rincian Aktiva Berwujud

3) Variable Cost

Biaya variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang umumnya berubah-ubah sesuai dengan volume bisnis atau penjualan. Semakin besar volume penjualan maka, semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan. Biaya – biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku dan perlengkapan untuk jualan. (Mulyadi, 2012). Biaya ini mencakup biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung. Analisis biaya variabel dapat

membantu bisnis meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan profitabilitas, terutama ketika penjualan berubah-ubah.

Tim hunaa kimbab telah melakukan beberapa riset pasar mengenai bahan baku yang akan dibeli. Dari banyaknya tempat dan warung yang ada, maka tim memilih berbelanja langsung dipasar, karena perbedaan harga dan juga kualitas bahan yang menjadi faktor utama. Jika bahan yang dibeli tidak fresh maka akan mempengaruhi kualitas produk

NO	UNIT	Quantity		HARGA	JUMLAH
1	Beras	5	kg	Rp15,500	77,500.00
2	Nori	1	pcs	Rp83,500	83,500.00
3	Bayam	3	ikat	Rp3,000	9,000.00
4	Selada	1	kg	Rp20,000	20,000.00
5	Wortel	1	kg	Rp12,000	12,000.00
6	Timun	1	kg	Rp10,000	10,000.00
7	Telur	2	kg	Rp26,000	52,000.00
8	Sosis	1	kg	Rp45,000	45,000.00
9	Dada ayam	3	kg	Rp35,000	105,000.00
10	Cabai rawit	1	kg	Rp90,000	90,000.00
11	Bawang putih	1	kg	Rp40,000	40,000.00
12	Bawang merah	1	kg	Rp35,000	35,000.00
13	Tempe	3	pcs	Rp8,000	24,000.00
14	Garam	1	pcs	Rp4,000	4,000.00
15	Gula	1	kg	Rp15,000	15,000.00
16	Minyak wijen	1	pcs	Rp37,000	37,000.00
17	Saus pedas	1	kg	Rp15,000	15,000.00

18	Mayonaise	1	kg	Rp24,000	24,000.00
19	Bubuk cabe	1	pcs	Rp5,000	5,000.00
20	Lada	3	pcs	Rp1,000	3,000.00
21	Masako	3	pcs	Rp1,000	3,000.00
22	Tepung terigu	1	kg	Rp12,000	12,000.00
23	Tepung serbaguna	1	pcs	Rp24,400	24,400.00
24	Bumbu nasi kuning	4	pcs	Rp3,000	12,000.00
25	Wijen putih sangrai	1	gram	Rp18,000	18,000.00
26	Minyak goreng	1	liter	Rp15,000	15,000.00
27	Bawang putih bubuk	6	pcs	Rp500	3,000.00
28	Gas 3 kg	2	pcs	Rp21,000	42,000.00
TOTAL				Rp618,900	835,400.00

Tabel 2. 14 Rincian Variabel Cost

Biaya variabel yang dikeluarkan oleh Hunaa kimbab setiap bulannya berjumlah Rp. 835.400, dengan rincian sebagai biaya pembelian bahan baku dan keperluan lainnya untuk produksi.

4) Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga pokok penjualan menurut Waren, harga pokok penjualan (*Cost Of Goods Sold*) adalah biaya untuk memproduksi barang yang terjual. Semua biaya yang terkait dengan produksi seperti biaya bahan baku, tenaga kerja langsung termasuk dalam HPP. HPP sangat penting karena mempengaruhi laba kotor dan laba bersih bisnis secara keseluruhan.

PERHITUNGAN HARGA POKOK PENJUALAN (HPP)			
NO	KETERANGAN	BIAYA PER BULAN	JUMLAH
A	BIAYA POKOK PRODUKSI		
1	BAHAN BAKU	Rp834,000	
2	BIAYA KEMASAN	Rp204,800	
3	BIAYA TENAGA KERJA	Rp520,000	
	TOTAL BIAYA POKOK PRODUKSI PER BULAN		Rp1,558,800
B	BIAYA OPERASIONAL		
1	Listrik dan air pendukung	Rp50,000	
2	Kuota Internet	Rp50,000	
3	Transportasi	Rp100,000	
4	Penyusutan Peralatan	Rp11,943	
	TOTAL BIAYA OPERASIONAL		Rp211,943
C	HARGA POKOK PENJUALAN (HPP)		Rp1,770,743
D	LABA YANG DIHARAPKAN	25%	Rp442,686
E	TOTAL HARGA JUAL		Rp2,213,429
	Jumlah unit yang dihasilkan		200
F	HARGA JUAL PER UNIT		Rp11,067

Tabel 2. 15 Rincian Perolehan HPP

5) Break Event Point (BEP)

Break event point atau biasa dikenal dengan BEP merupakan sebuah indikator yang pasti ada dalam keuangan.

BEP dalam unit :

$BEP \text{ Unit} = \text{Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual per unit} - \text{Biaya Variabel})$

$BEP \text{ Unit} = \text{Rp. } 211.943 / (12.000 - 6.594)$

$BEP \text{ Unit} = 39$

Dari perhitungan BEP yang telah dilakukan, diketahui bahwa untuk mendapatkan kondisi BEP, maka Hunaa Kimbab harus memproduksi minimal sebanyak 39 unit saja sudah dapat mencapai titik impas. Dan dari titik ini Hunaa kimbab dapat menghasilkan keuntungan

BEP dalam rupiah :

$$\text{BEP Rupiah} = \text{Biaya Tetap} / (1 - (\text{Biaya Variabel} / \text{Harga Jual per unit}))$$

$$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp. 211.943} / (1 - (6.594 / 12.000))$$

$$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp. 211.943} / 0.45$$

$$\text{BEP Rupiah} = \text{Rp. 470.984}$$

Dari perhitungan BEP yang telah dilakukan, diketahui bahwa untuk mendapatkan kondisi BEP, maka Hunaa Kimbab harus memproduksi minimal sebanyak 39 unit dan menghasilkan penjualan minimal sebesar Rp. 470.984 per bulan saja sudah dapat mencapai titik impas. Dapat dilihat bahwa hunaa kimbab mendapatkan pendapatan di titik ini pada bulan Maret, Juni, dan Juli.

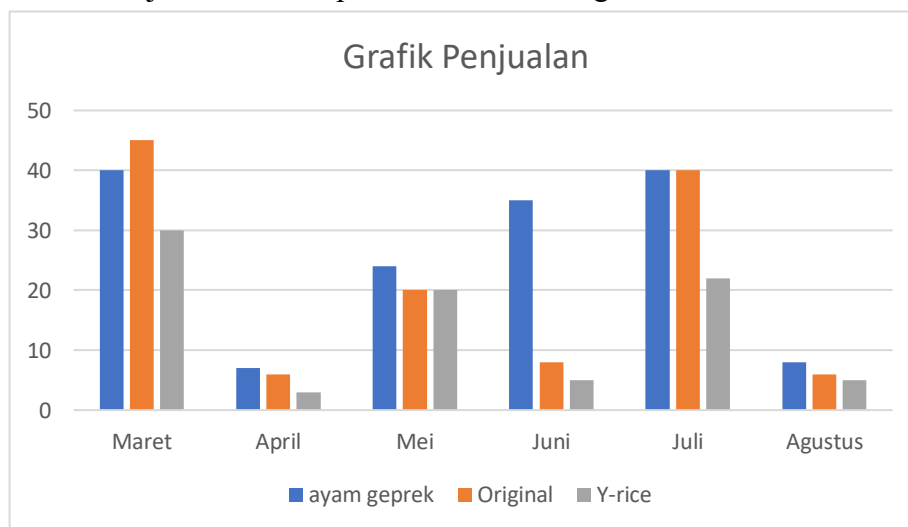
2. Mencatat Laporan Keuangan

a. Rekapitulasi Penjualan

Tabel 2.16 Penjualan produk pada bulan Maret-Agustus 2024

Rekapitulasi Penjualan Produk pada Bulan Maret-Agustus 2024		
No.	Bulan	Total Penjualan
1	Maret	Rp2,579,000
2	April	Rp157,000
3	Mei	Rp307,000
4	Juni	Rp981,000
5	Juli	Rp463,000
6	Agustus	Rp156,000
	TOTAL	Rp4,643,000

Grafik Penjualan Produk pada bulan Maret-Agustus 2024



b. Produksi

Jumlah Produksi pada Bulan Maret-Agustus 2024	
Keterangan	Produk
Unit Produksi	
Kimbab Ayam Geprek	154
Kimbab Original	125
Kimbab Y-rice	85
Unit Terjual	
Kimbab Ayam Geprek	152
Kimbab Original	125
Kimbab Y-rice	85

c. Neraca Keuangan

Berikut ini merupakan penyajian laporan neraca Hunaa Kimbab berbentuk skontro:

Neraca Keuangan			
Per 31 Agustus 2024			
ASET		KEWAJIBAN	
Aset Lancar		Liabilitas	
Kas	Rp2,104,186	Hutang	Rp -
Piutang	-		
Persediaan	Rp835,400	Total	Rp -
Perlengkapan	Rp295,600		
Total aset lancar	Rp2,939,586		
Aset tetap		EKUITAS	
Peralatan	Rp318,500	Modal awal	Rp1,000,000
Akm. Penyusutan peralatan	Rp143,325	Laba berjalan	Rp2,114,761
Total aset tetap	Rp175,175	Total ekuitas	Rp3,114,761
Aset total	Rp3,114,761	Kewajian dan Ekuitas Total	Rp3,114,761

Tabel 2. 17 Neraca Keuangan

d. **Laporan Laba Rugi**

HUNAA KIMBAB		
LAPORAN LABA RUGI		
PERIODE MARET 2024 s.d AGUSTUS 2024		
Pendapatan		
Penjualan		Rp4,643,000
Total Pendapatan		Rp4,643,000
Harga Pokok Penjualan		Rp1,770,743
Laba(rugi) Kotor		Rp2,872,257
Biaya Usaha		
Biaya Operasional	Rp200,000	
Biaya Admin Qris	Rp25,553	
Beban Gaji	Rp520,000	
Penyusutan Peralatan	Rp11,943	
Total Biaya Usaha	Rp757,496	
Laba(rugi) Bersih		Rp2,114,761
Laba Bersih		Rp2,114,761

Tabel 2. 18 Laporan Laba Rugi

Menurut Soemarso (Soemarso , 2004) Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban yang sehubungan dengan kegiatan usaha. Apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi.

Menurut Kuswadi (Kuswadi, 2005) secara sederhana mendefinisikan laba (rugi) adalah pendapatan dikurangi seluruh beban/biaya yang telah dikeluarkan, sebagaimana terlihat dalam persamaan laba (rugi).

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa selama periode **Maret 2024 – Agustus 2024**, Hunaa kimbab dapat menghasilkan laba kotor dengan total **Rp. 2.872.257** dan laba bersih dengan total **Rp. 2.114.761**. laba tersebut nantinya akan dibagikan sama rata kepada pemilik modal yaitu tim Hunaa kimbab, dan sebagian dari penghasilan kami juga termasuk sedekah kepada yang membutuhkan.

BAB III

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

B. Identifikasi masalah

Dalam mengembangkan bisnis makanan Kimbab dengan berbagai varian isi yang membawa cita rasa khas Nusantara, bisnis seperti HUNAA KIMBAB menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diidentifikasi dengan seksama. Identifikasi masalah dalam aspek produksi dan keuangan merupakan bagian penting dalam menentukan keberhasilan dan kelangsungan usaha ini. Permasalahan dalam produksi mencakup berbagai faktor mulai dari pengadaan bahan baku, proses pembuatan, hingga kontrol kualitas. Begitu juga dengan aspek keuangan, di mana perencanaan dan pengelolaan anggaran sangat berperan penting dalam memastikan kelangsungan operasional bisnis.

Dalam produksi, tantangan utama terletak pada :

1. Pengadaan bahan baku berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan

Untuk menciptakan varian Kimbab yang unik dengan cita rasa Nusantara. Bahan baku yang digunakan harus segar dan berkualitas tinggi agar produk akhir dapat memenuhi standar cita rasa dan kesehatan yang diharapkan. Proses mencari dan menjalin hubungan dengan pemasok bahan baku yang dapat diandalkan sering kali memerlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit. Masalah ini bisa diperparah oleh fluktuasi harga bahan baku di pasar yang dapat memengaruhi biaya produksi secara keseluruhan.

2. Selain itu, masalah dalam proses produksi itu sendiri tidak bisa diabaikan. Pembuatan Kimbab yang berkualitas memerlukan peralatan dan teknik yang tepat.

Jika fasilitas produksi tidak memadai atau tidak mengikuti standar yang ditetapkan, hasil produk bisa jadi tidak konsisten dan tidak memenuhi ekspektasi pelanggan. Pengendalian kualitas yang ketat perlu diterapkan untuk memastikan setiap produk yang keluar dari lini produksi memiliki cita rasa dan kualitas yang seragam. Kegagalan dalam menjaga standar ini dapat merugikan reputasi bisnis dan menurunkan kepercayaan konsumen.

3. Selain aspek pengadaan bahan baku dan kualitas produksi, masalah dalam pengelolaan tenaga kerja juga menjadi salah satu tantangan besar.

Mempekerjakan tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman dalam pembuatan Kimbab dengan cita rasa Nusantara sangat penting. Namun, mencari dan melatih tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan produksi dapat memakan waktu dan biaya. Selain itu, masalah rotasi tenaga kerja dan absensi juga bisa memengaruhi efisiensi produksi dan kualitas produk yang dihasilkan.

Di sisi keuangan, tantangan utama adalah :

1. Perencanaan dan pengelolaan anggaran yang efektif.

Pengeluaran yang tidak terduga, seperti biaya bahan baku yang melonjak atau kerusakan peralatan produksi, dapat memengaruhi kesehatan keuangan perusahaan. Perencanaan anggaran yang matang dan kemampuan untuk mengelola dana dengan bijaksana sangat penting untuk memastikan bahwa perusahaan tetap dapat beroperasi dengan lancar tanpa mengalami kekurangan dana. Selain itu, masalah dalam pengaturan harga jual produk yang kompetitif juga perlu diperhatikan agar perusahaan tidak hanya mampu menutupi biaya produksi tetapi juga memperoleh keuntungan yang memadai.

2. Pengelolaan arus kas

Pengelolaan arus kas yg baik adalah aspek lain yang krusial dalam keuangan perusahaan. Keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran harus dijaga dengan baik agar perusahaan tidak menghadapi kesulitan likuiditas. Ketidakmampuan dalam mengelola arus kas dapat mengakibatkan keterlambatan pembayaran kepada pemasok atau bahkan kesulitan dalam membayar gaji karyawan, yang dapat berdampak negatif pada operasional perusahaan.

3. Selain itu, pengelolaan risiko juga merupakan bagian penting dari strategi keuangan. Risiko seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi pemerintah, atau bencana alam dapat mempengaruhi operasi dan keuangan bisnis. Memiliki rencana mitigasi risiko yang baik dapat membantu bisnis menghadapi situasi tidak terduga dan mengurangi dampak negatif terhadap bisnis.

Dalam aspek pemasaran,

1. Terdapat tantangan dalam menarik perhatian pasar terhadap varian Kimbab yang menawarkan cita rasa Nusantara. Meskipun produk memiliki keunikan dan diferensiasi yang kuat, strategi pemasaran yang tepat perlu diterapkan untuk menciptakan kesadaran dan minat di kalangan konsumen. Biaya promosi dan distribusi juga harus diperhitungkan dengan hati-hati agar tidak menguras anggaran yang tersedia.
2. Masalah kompetisi di pasar juga perlu diperhatikan. Dengan banyaknya bisnis makanan yang menawarkan produk serupa, HUNAA KIMBAB harus memiliki strategi yang efektif untuk membedakan produk mereka dari pesaing. Mengidentifikasi kelebihan dan kekuatan produk serta

mengkomunikasikannya dengan baik kepada konsumen adalah langkah penting untuk memenangkan persaingan di pasar yang padat.

Terakhir, evaluasi kinerja secara berkala juga perlu dilakukan untuk memastikan bahwa bisnis berada di jalur yang benar. Pengukuran kinerja keuangan dan operasional membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan memungkinkan perusahaan untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Dengan memahami dan mengidentifikasi berbagai masalah yang terkait dengan produksi dan keuangan, HUNAA KIMBAB dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan peluang kesuksesan bisnis.

C. Tinjauan Teoretis tentang Pemasaran/Keuangan/SDM/Operasi

Dalam merancang dan menjalankan strategi bisnis untuk HUNAA KIMBAB, tinjauan teoretis mengenai pemasaran, keuangan, sumber daya manusia (SDM), dan operasi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa setiap aspek dari bisnis ini berjalan dengan efisien dan efektif. Masing-masing area ini memerlukan pendekatan yang terinformasi dan terencana berdasarkan teori dan praktik yang sudah terbukti untuk mencapai hasil yang optimal.

Dalam konteks pemasaran, teori pemasaran yang relevan meliputi konsep segmentasi pasar, targeting, dan positioning (STP). Segmentasi pasar melibatkan pembagian pasar menjadi kelompok konsumen yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang serupa. Dengan memahami segmen pasar yang berbeda, HUNAA KIMBAB dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang sesuai dengan preferensi konsumen tertentu. Misalnya, jika segmentasi pasar menunjukkan minat yang tinggi terhadap makanan dengan cita rasa pedas atau

manis, perusahaan dapat menciptakan varian Kimbab yang sesuai dengan selera tersebut. Targeting kemudian memfokuskan upaya pemasaran pada segmen-segmen yang dipilih, sementara positioning membantu dalam menciptakan citra merek yang unik dan menarik di benak konsumen.

Teori pemasaran juga mencakup analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Dengan menggunakan analisis ini, HUNAA KIMBAB dapat mengevaluasi posisi kompetitif mereka di pasar dan mengembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan serta peluang, sekaligus mengatasi kelemahan dan ancaman. Misalnya, kekuatan perusahaan dalam hal produk unik dengan cita rasa Nusantara dapat dimanfaatkan untuk menarik konsumen yang mencari keaslian, sedangkan ancaman dari pesaing harus dihadapi dengan strategi diferensiasi yang efektif.

Dalam aspek keuangan, teori akuntansi dan manajemen keuangan memainkan peran krusial. Konsep dasar seperti penganggaran, perencanaan keuangan, dan analisis laporan keuangan sangat penting untuk menjaga kesehatan finansial perusahaan. Perencanaan keuangan yang efektif melibatkan penyusunan anggaran yang realistis, peramalan pendapatan dan pengeluaran, serta pengelolaan arus kas untuk memastikan bahwa perusahaan memiliki likuiditas yang cukup. Selain itu, analisis laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas membantu dalam mengevaluasi kinerja finansial dan membuat keputusan berbasis data.

Teori pengendalian biaya juga penting dalam keuangan, terutama untuk bisnis yang mengandalkan pengelolaan sumber daya dengan efisien. Prinsip-prinsip seperti biaya tetap dan biaya variabel harus dipahami dengan baik untuk mengelola biaya produksi dan operasional. Pengendalian biaya yang efektif dapat membantu

perusahaan dalam mengurangi pemborosan dan meningkatkan margin keuntungan. Untuk HUNAA KIMBAB, hal ini termasuk mengelola biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead lainnya secara efisien.

Dalam hal sumber daya manusia, teori manajemen SDM memberikan panduan tentang cara mengelola tenaga kerja dengan efektif. Konsep seperti rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan sangat penting untuk memastikan bahwa tenaga kerja yang terlibat dalam produksi Kimbab memiliki keterampilan dan kompetensi yang diperlukan. Selain itu, teori motivasi seperti teori kebutuhan Maslow atau teori motivasi Herzberg dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan dan produktivitas karyawan. Sistem penggajian dan penghargaan yang adil serta kesempatan untuk pengembangan karier juga berperan dalam menjaga motivasi dan loyalitas karyawan.

Penting juga untuk memahami teori perilaku organisasi yang berkaitan dengan budaya perusahaan dan dinamika kelompok. Budaya perusahaan yang positif dapat mempengaruhi kinerja dan kepuasan karyawan, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas produk dan layanan. Pengelolaan hubungan antarpribadi dan penyelesaian konflik dalam tim juga harus dipertimbangkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan produktif.

Dalam aspek operasi, teori manajemen operasi seperti prinsip Just-In-Time (JIT) dan Total Quality Management (TQM) dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi produksi. JIT berfokus pada pengurangan inventaris dan pemborosan dengan memastikan bahwa bahan baku dan produk hanya diproduksi atau dikirim ketika dibutuhkan. Sementara itu, TQM menekankan pentingnya kualitas produk di setiap tahap proses produksi dan melibatkan seluruh anggota organisasi dalam upaya peningkatan kualitas.

Manajemen rantai pasokan (Supply chain management) juga merupakan area penting dalam operasi. Teori manajemen rantai pasokan melibatkan koordinasi antara pemasok, produsen, dan distributor untuk memastikan aliran bahan baku dan produk yang efisien. Pengelolaan hubungan dengan pemasok dan distributor yang baik dapat mengurangi risiko keterlambatan dan memastikan ketersediaan bahan baku yang konsisten.

Selain itu, teknologi informasi dan otomatis memainkan peran penting dalam operasi modern. Penerapan sistem informasi manajemen dapat membantu dalam mengoptimalkan proses produksi, melacak inventaris, dan memantau kinerja. Penggunaan teknologi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan manusia dalam proses produksi Kimbab.

Secara keseluruhan, tinjauan teoretis dalam pemasaran, keuangan, SDM, dan operasi memberikan dasar yang kuat untuk merancang strategi bisnis yang efektif. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, HUNAA KIMBAB dapat menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dengan lebih baik, memastikan pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang dalam industri makanan yang kompetitif.

C. Pemecahan Masalah

Dalam menghadapi tantangan yang diidentifikasi sebelumnya, HUNAA KIMBAB perlu mengembangkan strategi pemecahan masalah yang terencana untuk memastikan kelancaran operasional dan keberhasilan bisnis. Langkah-langkah yang tepat dalam memecahkan masalah produksi dan keuangan adalah kunci untuk mencapai hasil yang optimal dan mempertahankan daya saing di pasar.

Pertama-tama, dalam hal pengadaan bahan baku, HUNAA KIMBAB harus membangun hubungan yang kuat dengan pemasok yang dapat diandalkan. Untuk mengurangi risiko fluktuasi harga bahan baku, perusahaan dapat menjajaki kontrak jangka panjang dengan pemasok atau membeli bahan baku dalam jumlah besar pada harga yang lebih murah. Diversifikasi sumber bahan baku juga dapat membantu mengurangi ketergantungan pada satu pemasok, sehingga jika salah satu pemasok mengalami masalah, perusahaan masih memiliki alternatif.

Dalam hal proses produksi, bisnis ini perlu berinvestasi dalam peralatan yang berkualitas dan melakukan pemeliharaan secara rutin untuk memastikan efisiensi dan kualitas produksi. Implementasi standar operasional prosedur (SOP) yang ketat dapat membantu menjaga konsistensi produk dan mengurangi kesalahan. Penggunaan teknologi otomatis dalam proses produksi, seperti sistem kontrol kualitas berbasis sensor, juga dapat membantu mengidentifikasi dan mengatasi masalah lebih cepat, serta meningkatkan efisiensi.

Selain itu, pelatihan dan pengembangan karyawan harus menjadi prioritas untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi tenaga kerja. Program pelatihan yang terstruktur akan memastikan bahwa semua karyawan memahami proses produksi dengan baik dan dapat bekerja secara efektif. Investasi dalam pelatihan juga dapat mengurangi tingkat kesalahan dan meningkatkan produktivitas, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas produk akhir.

Dalam aspek keuangan, perusahaan perlu melakukan perencanaan anggaran yang cermat dan memantau arus kas secara berkala untuk menghindari masalah likuiditas. Penggunaan perangkat lunak akuntansi yang efisien dapat membantu dalam pengelolaan keuangan dan pelaporan yang akurat. Selain itu, perusahaan harus mengidentifikasi dan memantau indikator kinerja utama (KPI) keuangan untuk mengevaluasi kinerja dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

Untuk mengatasi fluktuasi biaya bahan baku dan pengeluaran yang tidak terduga, HUNAA KIMBAB bisa mempertimbangkan strategi pengendalian biaya yang lebih baik. Misalnya, perusahaan dapat melakukan analisis biaya untuk mengidentifikasi area yang dapat dihemat dan menerapkan metode pengendalian biaya seperti analisis titik impas untuk memastikan bahwa harga jual produk mencakup biaya produksi dan menghasilkan keuntungan yang memadai.

Dalam hal pemasaran, perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pasar. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen serta mengidentifikasi segmen pasar yang potensial. Kampanye pemasaran yang kreatif dan memanfaatkan media sosial serta saluran distribusi yang relevan dapat meningkatkan visibilitas merek dan menarik pelanggan baru.

Untuk menghadapi persaingan, HUNAA KIMBAB harus menerapkan strategi diferensiasi yang menonjolkan keunikan produk mereka. Dengan menonjolkan varian Kimbab yang memiliki cita rasa Nusantara yang khas, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah dan menarik minat konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang berbeda. Menjaga kualitas produk dan layanan pelanggan yang tinggi juga akan membantu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pengelolaan risiko merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis. HUNAA KIMBAB perlu mengembangkan rencana mitigasi risiko yang mencakup identifikasi potensi risiko, penilaian dampak, dan strategi respons. Misalnya, untuk mengatasi risiko fluktuasi harga bahan baku, perusahaan bisa membuat cadangan dana darurat yang dapat digunakan jika terjadi lonjakan biaya. Selain itu, asuransi bisnis dapat melindungi perusahaan dari risiko yang tidak terduga seperti kerusakan peralatan atau bencana alam.

Evaluasi kinerja secara berkala juga merupakan langkah penting dalam pemecahan masalah. HUNAA KIMBAB harus melakukan audit internal dan evaluasi kinerja untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki. Dengan melakukan evaluasi ini, perusahaan dapat mengimplementasikan perbaikan yang diperlukan dan memastikan bahwa mereka tetap berada pada jalur yang benar untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang.

Untuk memastikan bahwa semua strategi pemecahan masalah berjalan dengan baik, bisnis ini perlu melakukan komunikasi dan koordinasi yang efektif di seluruh departemen. Keterlibatan semua anggota tim dalam proses pemecahan masalah akan memastikan bahwa solusi yang diterapkan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan kolaboratif, HUNAA KIMBAB dapat menghadapi berbagai tantangan dengan lebih efektif dan mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Bisnis inovasi makanan kimbab dengan cita rasa Nusantara memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen yang mencari makanan yang unik dan lezat. Dimana terkadang banyak konsumen yang tidak terlalu menyukai makanan asing. Dengan memadukan elemen tradisional Nusantara ke dalam produk kimbab, bisnis ini dapat memenuhi permintaan pasar akan makanan sehat dan praktis.

Kimbab yang biasanya dikenal sebagai makanan khas Korea diadaptasi untuk mencerminkan kekayaan kuliner Nusantara. Dengan menggabungkan bahan-bahan lokal, rempah-rempah, dan teknik memasak tradisional, bisnis ini tidak hanya menawarkan produk yang unik, tetapi juga mendukung pelestarian dan pengenalan budaya kuliner Nusantara.

Namun tantangan dalam pengelolaan produksi dan keuangan perlu diatasi agar bisnis dapat berjalan dengan baik dan menguntungkan.

Dari segi produksi, penting untuk menjaga kualitas bahan baku dan proses pembuatan produk yang efisien namun tetap mempertahankan mutu standar produk. Penggunaan bahan baku segar dan berkualitas sangat berpengaruh terhadap cita rasa akhir produk. Oleh karena itu, pemilihan pemasok yang tepat sangat diperlukan. Dan juga pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan dalam memproduksi kimbab.

Dari sisi keuangan, pengelolaan arus kas dan biaya yang efisien harus dilakukan dengan cermat untuk memastikan keberlangsungan usaha. Pengelolaan biaya menjadi tantangan, dimana perlu ada keseimbangan antara pengeluaran untuk bahan baku, tenaga kerja, dan biaya operasional lainnya. Menggunakan software akuntansi untuk mempermudah pencatatan dan analisis keuangan.

B. SARAN

Sebagai pelaku usaha yang masih terbilang merintis di bidang ini, perlu adanya evaluasi secara berkala. Agar bisnis dapat mencapai tujuannya dan mencapai keuntungan yang maksimal. Keberhasilan tergantung pada pengelolaan yang baik di bidang produksi dan keuangan. Dengan perencanaan yang matang, penerapan strategi yang tepat, diharapkan dapat tumbuh dan memberikan kontribusi kepada penulis dan masyarakat luas melalui penyebaran budaya kuliner Nusantara. Serta dapat memberikan produk yang terbaik kepada konsumen demi meningkatkan kepuasan pelanggan Hunna kimbab.

Diharapkan kedepannya hunaa kimbab dapat terus berinovasi dalam cita rasa nusantara. Tidak hanya rasanya yang beragam sesuai khas nusantara diharapkan nantinya bisnis ini dapat melampaui pasar lokal maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, M., & Michellita, C. (2021). *Persepsi Generasi Z Terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Intensi Pembelian Makanan Vegetarian ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In . yo. 4(1)*, 38–52.
- Assauri.S. (2016). *Manajemen operasi produksi*. jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Detik Food. (2022, September 06). Dipetik Oktober 29, 2023, dari Lagi Hits! Spot Kuliner Korea Bertema Kafe Estetik hingga Pojangmacha:
<https://food.detik.com/info-kuliner/d-6275474/lagi-hits-spot-kuliner-korea-bertema-kafe-estetik-hingga-pojangmacha>
- Google Trend. (t.thn.). *Minat makanan Kimbab di Indonesia*. Dipetik Oktober 30, 2023, dari <https://trends.google.co.id/trends/explore?date=now%201-d&geo=ID-YO&q=Gimbap&hl=id>
- IDN Times. (2022, Oktober 13). Dipetik Oktober 28, 2023, dari 10 Makanan Korea Selatan yang Paling Disukai Orang Indonesia:
<https://www.idntimes.com/food/diet/siti-anisah-2/makanan-korea-selatan-yang-paling-disukai-orang-indonesia-c1c2?page=all>
- Jeong, J., Lee, S., & Lee, S. (2017). *When Indonesians Routinely Consume Korean Pop Culture : Revisiting Jakartan Fans of the Korean Drama Dae Jang Geum Yong In University , Republic of Korea. 11*, 2288–2307.
- Kompas.com. (2022, Oktober 13). Dipetik Oktober 2023, 2023, dari 10 Makanan Korea Selatan yang Paling Disukai Orang Indonesia:
<https://www.idntimes.com/food/diet/siti-anisah-2/makanan-korea-selatan-yang-paling-disukai-orang-indonesia-c1c2?page=all>
- Kuswadi. (2005). *Panduan Meningkatkan Laba Perusahaan Di Luar Usaha-usaha Peningkatan Penjualan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo 2005.
- Lupitasari E, S. (2022). Pengaruh Korean Wave dan Makanan Korea terhadap Minat Makan Hidangan Korea (Jurnal Tata Boga). *Jurnal Tata Boga, X(x)*, 4.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Putri, K. A., & Purnomo, M. H. (2019). *NUSA, Vol. 14 No. 1 Februari 2019 Karina Amaliantami Putri, Amirudin, Mulyo Hadi Purnomo, Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. 14(1)*, 125–135.
- Setyani, A. H., & Azhari, M. Z. (n.d.). *Pengaruh Korean Wave Dan Ulasan Online Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Korea Selatan. 4(58)*, 67–74.
- Soemarso . (2004). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Salemba Empat.

LAMPIRAN

1. Pembuatan Sample produk



2. Proses produksi



3. Proses penjualan



4. Foto Produk



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis dilahirkan di Pekanbaru pada tanggal 24 Juni 2000 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Nurcholis Fukulul Musad dan Siti Khotijah. Saat ini ia bertempat tinggal di Jl. Garuda Ujung/lion Rt. 01, Rw. 15, Pekanbaru, Riau. Hp: 087788158894. Alamat E-mail: dumatsahalfia@gmail.com. Pendidikan SMA di Tempuh di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2, lulus pada tahun 2019. Dan melanjutkan pengabdian di daerah Tanjung Batu, Batam, Kepulauan Riau. Pada tahun 2020, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Agama Islam UII. Selama masa perkuliahan penulis aktif dalam kegiatan UKM, seperti Foru Kajian Ekonomi Islam (FKEI) dan UKM Koperasi Mahasiswa (KOPMA). Penulis juga mengikuti kegiatan kepanitiaan di kampus seperti panitia Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XXI) sebagai divisi Transportasi, dan kepanitiaan bidang lainnya.