Dopa.Ind: Pengembangan Brand dan Analisis Kinerja Keuangan dalam Pengembangan Bisnis Susu Murni Bervariasi

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





Oleh:
Fahri Hanif Rais Wibowo
22423066

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fahri Hanif Rais Wibowo

NIM : 22423066

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Tugas Akhir : Dopa.Ind: Pengembangan Brand dan Analisis Kinerja Keuangan dalam Pengembangan Bisnis Susu Murni Bervariasi.

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 mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan

Yogyakarta, 31 Juli 2026



Fahri Hanif Rais Wibowo

NOTA DINAS

Yogyakarta, 31 Juli 2026 M
17 Safar 1448 H

Hal: Skripsi

Kepada: Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb

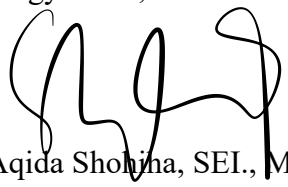
Berdasarkan penujukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Dengan surat No: 520/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/VI/2026 tanggal: 19 Juni 2026 M, 4 Muharam 1448 Hijriah. Atas tugas kami sebagai pembimbing Skripsi Saudara:

Nama	: Fahri Hanif Rais Wibowo
NIM	: 22423066
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2025/2026
Judul Tugas Akhir	: Dopa.Ind: Pengembangan Brand dan Analisis Kinerja Keuangan Dalam Pengembangan Bisnis Susu Murni Bervariasi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 31 Juli 2026



Aqida Sholiha, SEI., ME

REKOMENDASI PEMBIMBING

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

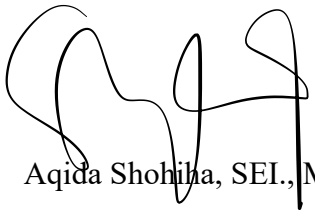
Nama Mahasiswa : Fahri Hanif Rais Wibowo

NIM : 22423066

Judul Tugas Akhir : Dopa.Ind: Pengembangan Brand dan Analisis Kinerja Keuangan Dalam Pengembangan Bisnis Susu Murni Bervariasi.

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.

Yogyakarta, 31 Juli 2026



Aqida Shohiha, SEI., ME

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN MOTTO

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah sesuatu kaum sehingga merek mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra’d: 11)

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

(QS. Al-Baqarah: 275)

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya

(HR. Ahmad)

وَمَا اللَّذَّةُ اِلَّا بَعْدَ التَّعْبِ

Pada setiap kenikmatan pasti akan ada setelah kesusahan

(Mahfuzat)

ABSTRAK

Dopa.Ind: Pengembangan Brand dan Analisis Kinerja Keuangan Dalam Pengembangan Bisnis Susu Murni Bervariasi.

Fahri Hanif Rais Wibowo

22423066

Penelitian dan laporan perintisan bisnis ini dilatarbelakangi oleh potensi besar komoditas susu sapi di Indonesia serta permasalahan rendahnya daya serap dan daya saing produk peternak lokal. Dopa.Ind (yang kemudian direbranding menjadi Dopamilk) hadir sebagai inovasi minuman susu murni segar berbalut varian rasa buah dan creamy dengan pemanis alami Stevia untuk menyasar segmen mahasiswa dan Gen-Z. Program pengembangan bisnis ini berfokus pada dua aspek utama, yaitu aspek pengembangan merek (brand development) dan aspek manajemen keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM). Metode pelaksanaan mencakup riset merek melalui kuesioner kepada 111 responden, perancangan logo baru, pendaftaran merek dagang ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), pembangunan dashboard akuntansi berbasis Microsoft Excel, penyusunan laporan keuangan bulanan serta triwulan (Mei–Juli 2026), pembuatan Catatan atas Laporan Keuangan (CALK), dan penyusunan dokumen skema kemitraan. Hasil riset menunjukkan bahwa 75,7% responden menilai nama Dopamilk jauh lebih relevan dan menarik dalam merepresentasikan produk minuman susu dibandingkan nama sebelumnya. Dari sisi keuangan, penyusunan laporan konsolidasian triwulan mencatatkan total pendapatan sebesar Rp22.447.798 dengan laba bersih triwulan sebesar Rp2.157.079, kendati sempat menghadapi tantangan fluktuasi dan defisit operasional pada bulan Juni 2026. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat fondasi identitas merek dan akuntabilitas manajerial, sekaligus memberikan solusi strategis dalam menghadapi tantangan akuisisi pelanggan dan stabilitas pendapatan usaha.

Kata Kunci: Pengembangan Brand, Rebranding, SAK EMKM, Analisis Kinerja Keuangan, Susu Murni.

ABSTRACT

Dopa.Ind: Development Brand and Financial Performance Analysis in the involving of the Susu Murni Bervariasi Business

Fahri Hanif Rais Wibowo

22423066

This business initiation report is motivated by the vast potential of the dairy sector in Indonesia and the challenges regarding the low absorption and competitiveness of local farmers' products. Dopa.Ind (subsequently rebranded as Dopamilk) was established as an innovative fresh pure milk beverage featuring various fruit and creamy flavors sweetened with natural Stevia, targeting college students and Gen-Z. This business development program focuses on two main aspects: brand development and financial management based on SAK EMKM (Financial Accounting Standards for Micro, Small, and Medium Entities). The implementation methods include brand research via questionnaires distributed to 111 respondents, redesigning the brand logo, registering the trademark with the Directorate General of Intellectual property (DGIP/DJKI), developing an accounting dashboard using Microsoft Excel, preparing monthly and quarterly financial reports (May–July 2026), drafting Notes to Financial Statements (CALK), and preparing partnership scheme documents. The research results indicate that 75.7% of respondents considered the name Dopamilk to be much more relevant and attractive in representing a dairy beverage product compared to the previous name. Financially, the quarterly consolidated report recorded total revenues of Rp22,447,798 with a net profit of Rp2,157,079, despite facing operational fluctuations and a deficit in June 2026. Overall, this program successfully strengthened the brand identity foundation and managerial accountability while providing strategic solutions to address customer acquisition challenges and revenue stability.

Keywords: Brand Development, Rebranding, SAK EMKM, Financial Performance Analysis, Pure Milk.

PEDOMAN TRANLITERASI 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:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik dibawah)

خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	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	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
... يْ َ	Fathah dan ya	ai	a dan i
... وْ َ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

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

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...اَ...ىَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ِي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...ُو	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

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

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَ طْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَة al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرّ 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:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah
   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah
   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

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

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

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

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيْ ئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

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

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْن Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

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:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِلَين — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

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

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Segala Puji bagi Allah atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang senantiasa diberikan kepada kita terkhusus untuk penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir Pengembangan Bisnis dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi role model serta suri tauladan dalam menerbarkan kebaikan dan semangat dalam menebarkan ajaran yang lurus. Yang mengingatkan penulis bahwa sebagai seorang mahasiswa harus memberikan usaha dan menebarkan kebermanfaatan untuk orang lain sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Perintisan Bisnis Dopamilk (Susu Sapi Asli)

Tugas Akhir perintisan bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulisan laporan ini merupakan bagian dari semua kontribusi yang diberikan kepada penulis mulai dari dukungan, bantuan, kasih sayang sampai doa-doa yang dipanjatkan, yang menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Sehubungan dengan itu, penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku rektor Universitas Islam Indonesia Beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Ibu Dr. Siti Achiria, SE., MM., selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Aqida Shohiha, SEI., ME., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir Perintisan Bisnis yang telah memberikan dukungan, arahan, masukan, dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menjalani kewajiban sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Alm. Ayahanda saya yang selalu berpesan untuk menghormati guru dan dosen karena itu adalah hal sangat penting dalam menuntut ilmu serta juga memberikan kedisplinan dan rasa tanggung jawab atas kehidupan yang diambil oleh penulis dan teruntuk Ibunda tercinta saya yang telah menjadi teladan yang baik buat anaknya, selalu mengusahakan Pendidikan anak-anaknya sedari buaian sampai saat ini, mendoakan dalam diam dan senantiasa memberi dukungan. Penulis sebagai anak selalu berdoa dan berharap agar penulis menjadi anak yang sholeh yang senantiasa mendoakan orang tua serta mengamalkan setiap ilmu dan hikmah kehidupan yang diajarkan kepada penulis agar dapat menjadi amal jariyah di akhirat kelak. Aamiin.
6. Segenap guru-guru penulis baik yang pernah dan telah memberikan ilmu dan hikmahnya kepada penulis. Penulis berdoa semua hal yang dicurahkan dan diusahakan agar penulis menjadi orang yang bermanfaat untuk masa depan dan bermanfaat bagi bangsa dan agama menjadi amal jariyah bagi Ibu dan Bapak guru-guru sekalian. Aamiin...
7. Segenap dosen-dosen yang pernah dan telah menumpahkan dan membekali penulis agar dapat menjadi seorang mahasiswa yang berpikir kritis dan mampu menjadi pribadi yang lebih bijaksana yang bermanfaat bagi bangsa dan agama. Penulis berdoa seluruh daya dan upaya yang telah dosen-dosen keluarkan kepada penulis menjadi amal jariyah di dunia maupun di akhirat.

8. Serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan senyuman, pertolongan dan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
9. Segenap Keluarga Dopafams kepada Naib, Hafidz, Tata, Fitri, Jean yang menjadi tempat untuk berkembang dan belajar bersama baik suka maupun duka sekaligus menjadi tonggak penting dalam memberikan energi positif kepada penulis setiap harinya.
10. Kepada Farchan dan Habib yang selalu sedia apapun dan kapanpun itu, sekaligus menjadi acuan penulis aman selama kalian ada. Terima kasih atas segalanya.
11. Kepada Seluruh pengurus FoSSEI Yogyakarta 2024 yang telah menjadi sumber keberanian dan kepercayaan diri penulis dalam bertanggung jawab dan membangun relasi.
12. Kepada Seluruh pengurus terakhir Labma dan para pionir SINERA yang juga menjadi sumber kekuatan kepada diri penulis dalam bertanggung jawab, berintegritas, disiplin serta menjadi tempat bagi penulis melatih jiwa kepemimpinan.
13. Setiap insan yang dapat bekenalan, bertegur sapa, belajar bersama, bekerja sama, menjadi tempat pertumbuhan diri untuk menjadi lebih bijaksana pada masa perkuliahan ini. Terima kasih buat semua orang yang memberikan pelajaran hidup dalam bentuk apapun.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
HALAMAN PENGESAHAN v
HALAMAN MOTTO vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
PEDOMAN TRANLITERASI ARAB LATIN ix
KATA PENGANTAR xvi
DAFTAR ISI xix
DAFTAR GAMBAR xxi
DAFTAR TABEL xxiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Program Pengembangan Bisnis 4
C. Sistematika Penulisan 4
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN 6
A. Profil Bisnis 6
B. Pelaksanaan Bisnis 9
1. Tinjauan Aspek Pengembangan Brand 9
2. Tinjauan Aspek Keuangan 22
BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH 54
A. Identifikasi Masalah 54
1. Tantangan Akuisisi Pelanggan Baru 54
2. Stagnasi Pendapatan dan Tingginya Risiko Defisit Operasional 55
B. Tinjauan Teoritis 55
1. Brand Identity 55

2. Brand Equity 56
3. Kinerja Keuangan 57
C. Pemecahan Masalah 58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 60
A. Kesimpulan 60
B. Saran 61
DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN 67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Awal Dopamine 7
Gambar 2. 2 Logo Dopa.Ind versi kedua 7
Gambar 2. 3 Tabel Nama-Nama Staff Dopa.Ind 9
Gambar 2. 4 Demografi Responden 10
Gambar 2. 5 Diagram Lingkaran Tingkat Kesadaran Responden Terhadap Brand "DOPA.IND 11
Gambar 2. 6 Diagram Sumber Informasi Cara Responden Pertama Kali Mengetahui Brand "DOPA.IND" 11
Gambar 2. 7 Diagram Lingkaran Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Nama Brand "DOPA.IND" dengan Kategori Produk F&B 12
Gambar 2. 8 Diagram Batang Tingkat Kejelasan Nama "DOPAMILK" dalam Menggambarkan Produk Minuman Berbahan Dasar Susu Murni 13
Gambar 2. 9 Perbandingan Daya Tarik dan Relevansi Merek "Dopa.Ind" dan "DOPAMILK" 14
Gambar 2. 10 Perumusan Logo Baru Dopa.Ind 17
Gambar 2. 11 Sketsa Logo Baru Dopamilk 18
Gambar 2. 12 Logo Final DOPAMILK 18
Gambar 2. 13 Bukti Tidak Ada kata "DOPAMILK" pada Web DJKI 21
Gambar 2. 14 Kegiatan Pengajuan Permohonan Merek ke DJKI 22
Gambar 2. 15 Dopamilk telah Melakukan Pendaftaran Merek ke Website DJKI 22
Gambar 2. 16 Tabel Harga Pokok Penjualan Produk Dopamilk 24
Gambar 2. 17 Tabel Sistem Pencatatan Penjualan Dopamilk 25
Gambar 2. 18 Tabel Pencatatan Penjualan dengan Mitra 26
Gambar 2. 19 Tabel Pencatatan Pembelian Gramasi untuk Akumulasi Persediaan Bulanan 27
Gambar 2. 20 Tabel Pencatatan Harga Pembelian Bahan Baku untuk Data Riil Rata-Rata Harga Bulan Berjalan 27
Gambar 2. 21 Laporan Posisi Keuangan Mei 2026 30
Gambar 2. 22 Laporan Posisi Keuangan Juni 2026 30
Gambar 2. 23 Laporan Posisi Keuangan Juli 2026 31
Gambar 2. 24 Laporan Laba Rugi Mei 2026 32
Gambar 2. 25 Laporan Laba Rugi Juni 2026 32
Gambar 2. 26 Laporan Laba Rugi Juli 2026 33
Gambar 2. 27 Laporan Arus Kas Mei 2026 34
Gambar 2. 28 Laporan Arus Kas Juni 2026 34
Gambar 2. 29 Laporan Arus Kas Julii 2026 35
Gambar 2. 30 Laporan Perubahan Ekuitas Mei 2026 36
Gambar 2. 31 Laporan Perubahan Ekuitas Juni 2026 36
Gambar 2. 32 Laporan Perubahan Ekuitas Juli 2026 36

Gambar 2. 33 Laporan Posisi Keuangan Triwulan Dopamilk.....39
Gambar 2. 34 Laporan Laba Rugi Triwulan Dopamilk.....40
Gambar 2. 35 Laporan Arus Kas Triwulan Dopamilk.....42
Gambar 2. 36 Laporan Perubahan Ekuitas Triwulan Dopamilk.....43
Gambar 2. 37 Tabel Keuangan Kuartal Dopamik 45
Gambar 2. 38 Rasio Keuangan Dopamilk.....47
Gambar 2. 39 Tabel Ikhtisar Kinerja Keuangan Dopamilk.....50
Gambar 2. 40 Cover Dokumen Kemitraan.....52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Riset Merek serta Evaluasinya 14

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor produksi susu, dengan total produksi mencapai 8.37.223,20 ton per tahun (Badan Pusat Statistik, 2023). Sebagai salah satu komoditas penting, susu menjadi sumber daya yang memiliki peluang luas untuk dimanfaatkan dalam berbagai bentuk inovasi produk. Di antara daerah penghasil susu di Indonesia, Jawa Tengah menempati posisi ketiga terbesar dengan produksi 89.545,90 ton per tahun (Badan Pusat Statistik, 2023). Angka ini menunjukkan kapasitas signifikan wilayah ini dalam mendukung pengembangan industri berbasis susu yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan pasar domestik yang terus berkembang.

Susu sapi murni asal Indonesia adalah sumber nutrisi yang kaya akan makronutrien dan mikronutrien penting bagi kesehatan. Komposisi susu sapi murni dapat sedikit bervariasi tergantung pada faktor seperti pola makan sapi dan periode laktasi (Septiani dkk., 2023). Namun, secara umum, susu sapi mengandung protein, lemak, vitamin, dan mineral dalam jumlah yang signifikan. Vitamin A, D, dan vitamin B kompleks turut melengkapi profil gizi susu sapi murni, menjadikannya sebagai salah satu pilihan pangan yang sangat bermanfaat. Meski kaya nutrisi, sebagian orang mungkin mengalami intoleransi laktosa yang dapat diatasi dengan memilih alternatif susu berbasis nabati yang difortifikasi (Sunardi dkk., 2023).

Tantangan utama yang dihadapi peternak susu di Indonesia mencakup produktivitas yang rendah, kecenderungan untuk menjual susu segar daripada produk olahan, serta kesulitan dalam menembus pasar modern, yang secara keseluruhan berkontribusi pada rendahnya daya saing produk susu (Wati et al., 2023). Selain itu, masalah terkait kualitas produk dan rasa turut memengaruhi preferensi konsumen, sehingga semakin menyulitkan penetrasi pasar dan

memperparah posisi daya saing produk susu lokal di tengah persaingan yang ketat (Ratni & Lendrawati, 2024). Permasalahan struktural dalam industri peternakan susu, seperti pembatasan produksi dan gagalnya mekanisme penyerapan hasil produksi lokal, semakin memperburuk tantangan daya saing yang telah dihadapi peternak, menciptakan lingkaran yang melemahkan ekosistem produksi susu nasional. Realitas empiris di Boyolali, yang ditandai dengan terbuangnya 30 ton susu per hari, secara langsung mengungkap kegagalan mekanisme pasar dalam mendukung produktivitas dan kesejahteraan peternak lokal, yang pada gilirannya mengancam keberlangsungan rantai nilai ekonomi pertanian (Jarmaji, 2024).

Di kecamatan Pakem kabupaten Sleman, para peternak susu sapi lokal masih mengandalkan koperasi desa yang mendorong penyerapan susu sapi lokal. Koperasi-koperasi satuan para peternak susu sapi perah inilah yang setiap hari menjadi andalan bagi para peternak untuk menjual hasil susu ternaknya. Susu sapi yang telah didistribusikan ke koperasi akan di jual kembali. Para peternak susu sapi lokal ini tidak ada opsi dsitribusi lainnya, Sehingga terkadang dapat menimbulkan keberlimpahan susu dan menurunkan harga jual di koperasi.

Dopa.ind dirancang sebagai solusi inovatif yang secara komprehensif menjawab tantangan industri susu lokal. Produk ini menggunakan susu sapi murni berkualitas tinggi dari peternak sapi lokal, dengan proses pengolahan yang memaksimalkan nilai nutrisi dan cita rasa. Kami Pengelola Dopa.ind mengembangkan formula yang tidak hanya mempertahankan kualitas susu, tetapi juga menambahkan nilai fungsional melalui berbagai varian rasa yang atraktif dan penggunaan stevia sebagai pemanis alami. Setiap varian Dopamine dirancang untuk menarik segmen konsumen muda yang peduli kesehatan, dengan keunggulan rendah gula, bebas kalori, dan memiliki manfaat kesehatan tambahan seperti kontrol gula darah dan dukungan metabolik. Pendekatan ini

secara langsung mengatasi permasalahan rendahnya daya saing produk susu lokal dengan menciptakan diferensiasi produk yang inovatif, sehat, dan sesuai dengan preferensi pasar kontemporer.

Berdasarkan potensi produksi susu Jawa Tengah yang mencapai 89.545,90 ton per tahun dan tantangan daya saing industri susu yang telah diidentifikasi, kami membangun Dopa.ind, sebuah inovasi minuman susu sapi murni yang dirancang untuk mengatasi permasalahan rendahnya daya jual dan kualitas produk. Dengan memanfaatkan stevia sebagai pemanis alami bebas kalori, Dopa.ind tidak hanya menawarkan varian rasa yang beragam untuk mengikuti perkembangan industri kuliner (Ayuningtyas, 2024), tetapi juga memberikan solusi kesehatan bagi konsumen muda yang semakin peduli akan dampak konsumsi gula berlebih. Pendekatan inovatif ini bertujuan meningkatkan nilai jual produk susu lokal, membuka peluang baru dalam rantai nilai ekonomi pertanian, dan menjawab kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Proses pengembangan brand menjadi bagian krusial bagi UMKM yang baru mengembangkan bisnis seperti Dopa.ind. Agar terus relevan mengikuti perkembangan ternologi dan perilaku konsumen dewasa ini. Pengelola Dopa.ind berkomitmen secara berkala melakukan evaluasi dalam pengembangan brand agar membangun awareness antara brand dan costumer. Pengembangan brand juga membangun kepercayaan dan hubungan emosional yang nantinya konsumen lebih memilih dan berinvestasi pada produk yang mereka kenal (Fathonah dkk 2024)

Sebagai UMKM rintisan Dopa.ind juga masih perlu membuat manajemen keuangan yang rapi dan terukur. Karena manajemen keuangan dalam sebuah bisnis adalah hal yang sangat krusial yang harus membutuhkan perhatian lebih. Tanpa pengelolaan yang baik dalam bidang keuangan seperti

tidak memiliki acuan yang jelas seperti arus kas bulanan, pencatatan kekayaan perusahaan sampai laporan laba rugi (Ansori, 2020), maka perusahaan akan kesulitan dalam menyokong biaya operasional perusahaan.

Dalam perjalanan bisnis Dopa.ind sudah melakukan langkah-langkah dalam pengelolaan keuangan yang dapat menjadi cerminan dari aset serta likuiditas yang dimiliki oleh perusahaan. Ini diperkuat oleh penelitian (Suyatno, 2022) bahwa manajemen keuangan dimulai dari pencatatan dan pelaporan keuangan akan sanagt memudahkan dan mencari potensi usaha di masa depan. Dengan Demikian, pengelolaan keuangan yang ada di Dopa.ind bukan hanya sekedar pengawasan namun menjadi elemen strategis dalam menjaga stabilitas dan mendorong perkembangan usaha. Usaha penerapan prinsip yang trasparansi, dan konsistensi dalam pencatatan dan pelaporan menjadi salah satu pondasi utama bagi Dopa.ind untuk menilai performa bisnis, menyusun langkah pengembangan, serta mewujudkan cita-cita usaha yang lebih berkelanjutan.

B. Rumusan Program Pengembangan Bisnis

1. Membuat riset merek untuk menguji kekuatan, asosiasi, dan relevansi terhadap produk yang ditawarkan
2. Membuat Logo Baru agar sesuai produk yang ditawarkan
3. Mendaftarkan Merek ke Website DJKI
4. Membuat Dashboard pengelolaan keuangan
5. Membuat Laporan Keuangan Bulanan yang professional
6. Membuat Dokumen Skema Kemitraan

C. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan rancang bangun bisnis ini memiliki beberapa bagian yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari bagian sampul depan dan halaman judul. Bagian inti laporan dibagi menjadi empat bagian yakni Bab I, II, III dan IV.

Bab I berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menguraikan munculnya ide bisnis yang dijalankan dan bagaimana proses menganalisa kelayakan suatu bisnis serta sistematika laporan yang memaparkan secara singkat bagaimana laporan tugas akhir rancang bangun dan implementasi bisnis ini dibuat. Pada bagian Bab II tentang laporan umum pelaksanaan kegiatan bisnis, terdiri dari profil bisnis dan pelaksanaannya. Pada bagian profil bisnis, menguraikan tentang profil bisnis secara umum meliputi bidang bisnis, lokasi, kapan berdiri, dan perkembangan bisnis secara umum. Untuk bagian pelaksanaan bisnis berisikan tentang beragam aspek-aspek yaitu produksi, pemasaran, dan keuangan. Pada Bab III identifikasi dan pemecahan masalah terdiri dari 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 yang berkaitan dengan permasalahan yang muncul dan untuk bagian pemecahan masalah menjabarkan tentang teori atau pendekatan apa yang dipakai untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi dan bagaimana tingkat efektifitasnya. Terakhir bagian Bab IV kesimpulan dan rekomendasi yaitu menjelaskan tentang pelaksanaan bisnis secara umum. Pelaksanaan aspek fungsional dan penyelesaian masalah yang dihadapi sebagaimana telah diuraikan pada Bab III,dan saran kepada calon wisudawan yang akan berkecimpung di bidang bisnis yang sama dengan yang dijalankan. Kemudian di bagian akhir memaparkan tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran di dalam menunjang bisnis yang dijalankan.

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN PERINTISAN

A. Profil Bisnis

Dopa .Ind adalah brand minuman yang berbahan dasar susu murni dengan berbagai macam varian rasa buah yang menyegarkan dan varian rasa *creamy* yang memberikan rasa lembut, gurih susu yang kaya serta memberikan pengalaman rasa yang nyamana untuk berbagai kalangan. Sejak awal berdiri, Dopa.ind membuat formula berbahan dasar susu murni sebagai bentuk kontribusi nyata untuk memberdayakan peternak susu sapi perah lokal, untuk menyerap produksi susu sapi yang dihasilkan.

Dopa.ind berdiri ditetapan pada tanggal 17 Juli 2024, sebagai usaha rintisan bisnis mahasiswa yang dimulai dari kos-kos an sampai mempunyai satu outlet tempat berjualan. Memulai bisnis dengan marketing dari mulut ke mulut sampai marketing di sosial media.

Pada masa awal berdiri dulunya Dopa.ind bernama *Dopamine,* nama itu diambil bukan tanpa alasan. *Dopamine* adalah hormon penting untuk menciptakan rasa senang, motivasi, penghargaan, memori sampai fokus yang ada pada manusia. Dopamine sering disebut sebagai “Hormon Bahagia” yang dilepaskan saat manusia melakukan aktivitas yang menyenangkan yang mendorong mereka mengulang perilaku positif.



Gambar 2. 1 Logo Awal Dopamine

Kehadiran Dopamine pada awal berdiri diharapkan menjadi media untuk menebarkan rasa bahagia untuk para customer yang menikmati dopamine. Mengembalikan Moodmu adalah tagline Dopa.ind sejak awal berdiri, melalui produk diharapkan Dopa.ind membawa semangat dan menjalankan misi soasial yang berdampak. Seiring berjalannya waktu, Dopamine terus berkembang dan dikenal banyak orang. Namun, nama brand Dopamine sudah terdaftar oleh pelaku bisnis lain. Sehingga pengelola Dopamine memutuskan untuk mengganti nama menjadi Dopa.ind dengan harapan untuk kedepannya brand ini tidak kesulitan dalam mendaftarkan nama brand.



Gambar 2. 2 Logo Dopa.Ind versi kedua

Dopa.ind terus berkomitmen untuk membangun dan menciptakan produk sesuai tren pasar dan juga legal secara hukum. Adapun visi dari dopa.ind adalah Menjadi market leader di industri F&B berbasis susu di lingkungan kampus pada tahun 2030. Dalam mewujudkan visi yang besar itu Dopa.ind memiliki misi:

1. Memberdayakan peternak sapi perah lokal
2. Menciptakan produk yang halal, inovatif serta bersaing
3. Menciptakan peluang lapangan kerja baru
4. Peduli terhadap kesehatan mental

Produk yang Dopa.ind tawarkan kepada customer ada dua kategori, yaitu Dopa Signature yang identik dengan rasa buah-buahan yang memberikan sensasi rasa segar, antara lain: mango mood, strawberry crush, grape joy, lychee lush, orange splash. Milky orange, guava bliss, green glee, coco delight. Kategori kedua Dopa dengan varian Creamy yang memberikan rasa gurih dengan cita rasa susu yang kaya, antara lain: Matcha, Taro dan Redvelvet. Ukuran cup yang ditawarkanpun terdiri dari dua ukuran, yaitu ukuran reguler dengan volume 14 oz dan ukuran large dengan volume 16 oz.

Dopa.ind melayani penjualan offline yang ada di outlet Dopa yang terletak di depan toko Intan Sarana Jalan Kaliurang km. 13,5 dengan jam operasional 13.00-21.00 WIB setiap hari senin-sabtu. Selain itu juga Dopa.ind melayani penjualan online dengan aplikasi shopee food dan grab food. Tidak hanya itu Dopa.ind melayani pelanggan sistem delivery order. Selain menjual satuan, Dopa.ind juga melayani permintaan pesanan dalam jumlah besar dan sudah beberapa kali melayani pemesanan dalam partai besar. Selama menjalani bisnis ini pengelola Dopa.ind berkomitmen untuk terus menjaga kualitas produk dan memberikan cita rasa dan pengalaman yang baik kepada konsumen. Dalam menjalankan bisnis ini penulis sekaligus pengelola mempunyai tim yang memiliki tugas dan perannya masing-masing yang terdiri dari:

No	Nama	Jabatan
1	Irhamsyah Ali Hidayah Naibaho	Fundamental Brand dan Community Development
2	Fahri Hanif Rais Wibowo	Keuangan dan Pemgembangan Brand
3	Muhammad Hafidz Wira Gani Suharyanto	Pemasaran dan Produksi
4	Fitri Khovivah	Staff Outlet
5	Tania Atika Utami	Tenant Helper
6	Andika Prayogy	Tenant Helper
7	Rizki Salam	Tenant Helper
8	Anyelir Yayang cahya Murthi	Designer
9	Khalimatul Muyarrafah	Tenant Helper
10	Ammar Althaf	Tenant Helper

Gambar 2. 3 Tabel Nama-Nama Staff Dopa.Ind

B. Pelaksanaan Bisnis

1. Tinjauan Aspek Pengembangan Brand

Dalam pengembangan bisnis Dopa.Ind, penulis selaku pengelola terus melakukan riset dan pengembangan secara signifikan yang diperlukan untuk pengembangan bisnis Dopa.Ind agar dikenal lebih luas lagi terutama untuk kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Dalam aspek pengembangan brand ini pengelola melakukan beberapa program antara lain penguatan merek brand dan pendataran merek brand sebagai jaminan dan penguatan kepada konsumen untuk menujukkan kualitas barang/jasa yang dilakukan.(Wibisono, 2023)

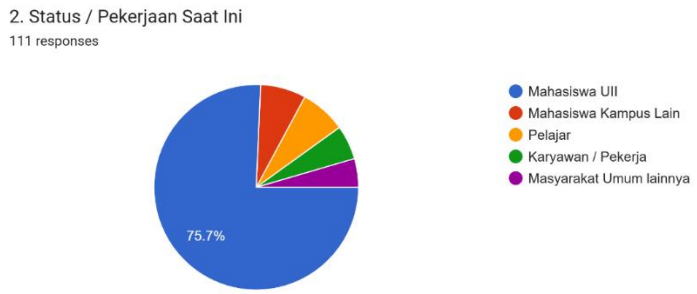
a. Riset dan Pengembangan Merek (Branding)

1) Pengelola melakukan riset merek untuk melakukan validasi terhadap produk yang dijual, yang sesuai dengan VPC yaitu kerangka kerja bisnis yang dilakukan untuk membantu pengelola agar produk yang dibuat benar-benar sesuai kebutuhan pasar.

Adapun riset merek ini dilakukan menggunakan Google Form dengan target responden sebanyak 100 responden. Responden diambil mulai dari customer Dopa.Ind dan calon customer yang belum mengenal maupun membeli Dopa.Ind. Di dalam survei ini ada beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mengukur dan

menguji kekuatan asosiasi serta relevansi dari produk yang ditawarkan.

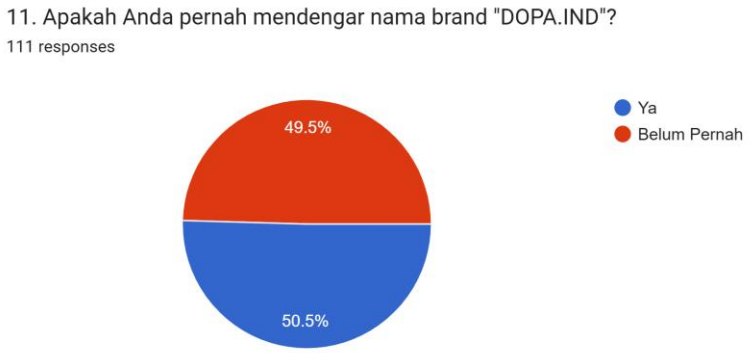
Dari penyebaran survei yang dilakukan, pengelola Dopa.Ind mendapatkan data untuk melakukan evaluasi dan validasi ulang kepada konsumen langsung.



Gambar 2. 4 Demografi Responden

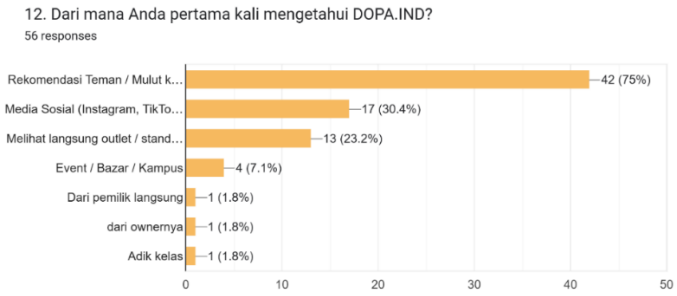
Adapun 111 orang yang mengisi survei ini dari berbagai macam latar belakang namun di dominasi oleh mahasiswa UII sebanyak 75.7% dan 24.3% responden berasal dari mahasiswa kampus lain, pelajar, karyawan/pekerja dan masyarakat umum lainnya. Ini menjadi bukti yang kuat bahwa survei ini dapat mewakili status dari merek kami di kalangan customer secara umum.

Kemudian, dari 111 responden yang memiliki berbagai macam latar belakang tadi sekitar 50.5% sudah pernah mendengar nama brand Dopa.ind dan 49.5% yang belum mengetahui brand Dopa.Ind.



Gambar 2. 5 Diagram Lingkaran Tingkat Kesadaran Responden Terhadap Brand "DOPA.IND

Dari 56 responden yang pernah mendengar brand Dopa.Ind atau mengetahui brand Dopa.Ind melalui rekomendasi teman/dari dari mulut ke mulut, media sosial seperti instagram, tiktok, dll, melihat langsung outlet atau stand. Seperti ditunjukkan oleh gambar dibawah ini

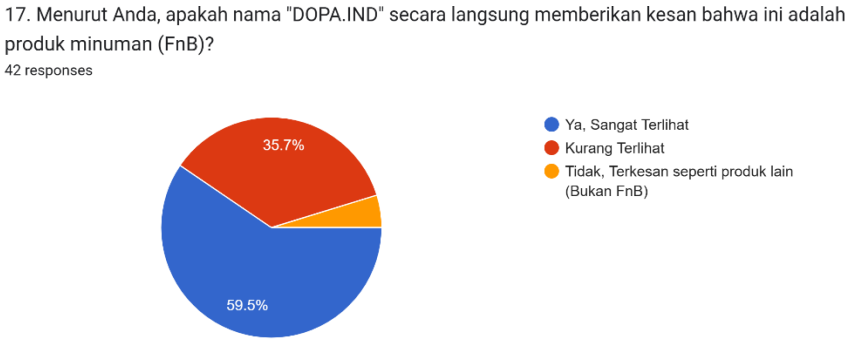


Gambar 2. 6 Diagram Sumber Informasi Cara Responden Pertama Kali Mengetahui Brand "DOPA.IND"

Ini menandakan bahwa brand Dopa.Ind mempunyai kekuatan brand awareness yang tinggi melalui hubungan personal yang dibangun pada setiap customer yang pernah mendengar dan membeli produk Dopa.Ind secara langsung maupun tidak langsung.

Kemudian dari survei yang dilakukan melalui pertanyaan “Apakah nama Dopa.Ind memberikan kesan bahwa ini produk minuman?”

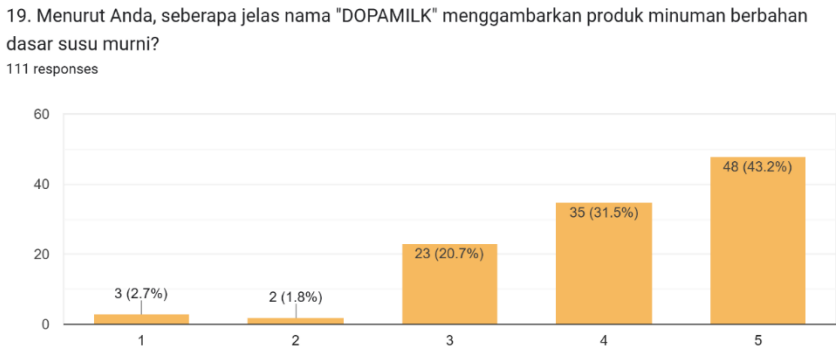
Pengalaman konsumen yang pernah membeli langsung produk Dopa.Ind menyatakan bahwa Dopa.Ind sangat merepresentasikan produk *Food and Baverage*



Gambar 2. 7 Diagram Lingkaran Persepsi Responden Terhadap Kesesuaian Nama Brand "DOPA.IND" dengan Kategori Produk F&B

Sebanyak 59,9% menjawab Dopa.Ind sangat terlihat seperti produk F&B dan sisanya menjawab kurang terlihat atau tidak terkesan sama sekali seperi produk F&B.

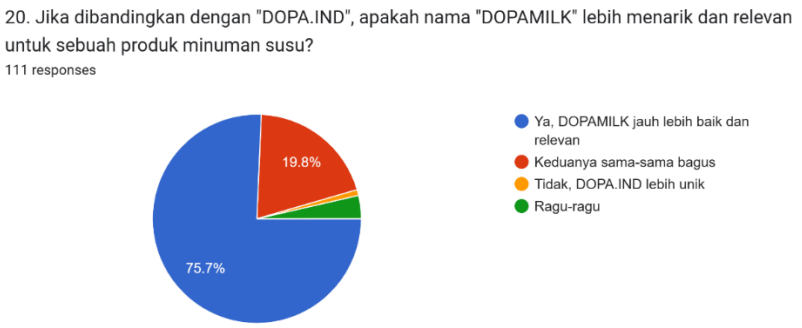
Untuk asosiasi dan rebranding Pengelola Dopa.Ind sudah merumuskan nama yang baru untuk brand Dopa.Ind menjadi "Dopamilk" karena pengelola melihat Kata "Dopamilk" lebih menunjukkan sebuah produk susu seperti yang brand Dopa.Ind jual.



Gambar 2. 8 Diagram Batang Tingkat Kejelasan Nama "DOPAMILK" dalam Menggambarkan Produk Minuman Berbahan Dasar Susu Murni

Dari 111 responden yang menjawab survei ini sekitar 43,2% menjawab 5 yang berarti sangat terlihat, sekitar 31,5% menjawab 4 yang berarti terlihat dan sebanyak 20,7% menjawab 3 yang berarti cukup terlihat.

Kemudian penulis membuat section pada google form yang mengandung pertanyaan “Menurut Anda, seberapa jelas nama "DOPAMILK" menggambarkan produk minuman berbahan dasar susu murni?” untuk mencari informasi seberapa besar pengaruh pergantian nama brand Dopa.Ind menjadi “Dopamilk” yang mempunyai relevansi yang tinggi terhadap produk yang di jual. Ternyata dari 111 responden yang menjawab survei yang pengelola Dopa.Ind lakukan sekitar 75,5% menjawab “Ya, DOPAMILK jauh lebih baik dan relevan” dan sekitar 19,8% yang menjawab brand Dopa.Ind dan Dopamilk memiliki nama yang sama bagusnya untuk sebuah brand minuman dan sisanya menjawab Dopa.Ind lebih unik untuk sebuah brand dan ragu-ragu.



Gambar 2. 9 Perbandingan Daya Tarik dan Relevansi Merek "Dopa.Ind" dan "DOPAMILK"

Dari survei ini pengelola Dopa.Ind menilai bahwa pergantian nama Dopa.Ind menjadi Dopamilk mempunyai relevansi yang begitu besar dalam merepresentasikan produk yang dijual sehingga ini dapat menjadi langkah awal dalam mengakusisi konsumen yang lebih masif kedepannya. Maka Pengelola Dopa.Ind memutuskan untuk mengubah Nama Dopa.Ind menjadi Dopamilk. (yang selanjutnya disebutkan menjadi Dopamilk)

Adapun Hasil survei yang telah disebarkan dan diperoleh jawaban dari pada responden. Evaluasi serta Langkah apa yang pengelola ambil atas respon dari akumulasi jawaban responden melalui table dibawah ini

Tabel 2. 1 Hasil Riset Merek serta Evaluasinya

No	Bagian / Materi Survei	Hasil	Evaluasi dan Langkah Pengelola
1	Profil Demografi Responden	Mayoritas responden survei adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII) sebesar 75,7%, disusul pelajar dan mahasiswa dari kampus lain. Usia responden berada pada rentang muda dengan rata-rata 19,9 tahun (didominasi usia 18–23 tahun), yang menggambarkan profil konsumen aktif adalah Gen-Z yang berada di lingkungan kampus.	"Penetapan Target Utama: Mengunci mahasiswa kampus UII dan Gen-Z sekitar outlet sebagai pasar sasaran utama, serta menyesuaikan seluruh strategi harga, promosi, dan komunikasi pemasaran dengan gaya hidup mahasiswa. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk mencari peluang atas target pasar pendukung seperti masyarakat umum secara luas"

2	Perilaku & Kebutuhan Konsumsi Susu Murni	"Sebagian besar konsumen membeli susu murni untuk kebutuhan jajan minuman segar dan manis (55,9%), yang juga diimbangi dengan kesadaran akan nutrisi dan gaya hidup sehat (40,5%). Frekuensi pembelian susu murni dan produk sejenis dalam sebulan berada pada tingkat jarang (1–2 kali per bulan). Dalam memilih brand minuman susu, faktor paling menentukan bagi konsumen adalah kualitas rasa yang enak dengan varian beragam (64%), kesegaran susu (58,6%), nilai kesehatan, serta harga yang terjangkau. Rasa yang segar tanpa bau amis dan tidak membuat enek menjadi pemicu utama konsumen melakukan pembelian ulang."	"Positioning & Standar Produk: Memposisikan produk sebagai minuman susu murni pasteurisasi yang segar dan sehat (healthy mood booster). Pengelola konsisten menggunakan pasokan susu murni segar dari petani lokal yang ada di kecamatan pakem. Pengelola juga mempertimbangkan untuk membuat varian baru sesional baru agar konsumen jajan tidak merasa bosan."
3	Pemetaan Pasar dan Kompetitor	Konsumsi susu harian masyarakat masih didominasi oleh susu kemasan pabrikan skala besar (seperti Indomilk atau Ultra) yang dikonsumsi secara rutin oleh mayoritas responden. Namun, dalam hal survei, faktor ini menjadi informasi tambahan untuk mengetahui perilaku konsumsi susu target pasar. Untuk segmen olahan susu murni segar lokal, pedagang susu tenda dan brand Susu Sarjana menjadi pemain utama yang paling sering dicoba, sementara brand seperti Tomsmilk dsb, masih belum banyak dikenal.	"Diferensiasi Produk: Mengkombinasikan keunggulan kesegaran susu murni asli khas susu tenda lokal dengan penyajian yang lebih modern, higienis, variatif, serta menambahkan nilai tambah pemanis alami Stevia yang lebih sehat dibanding competitor, namun juga mempertimbangkan nilai kesehatan dan kesusuaian terhadap tren pasar sekarang."
4	Masalah Konsumen dan Harapan Inovasi	"Keluhan terbesar yang sering dialami konsumen saat membeli minuman kekinian adalah tekstur yang kurang creamy akibat terlalu banyak es batu (54,1%), rasa yang terlalu manis (51,4%), serta rasa amis yang bikin enek dan harga yang mahal. Terkait harapan inovasi, konsumen sangat menginginkan adanya opsi tingkat kemanisan yang bisa disesuaikan (customisasi gula / Stevia) dan variasi base susu baru seperti Oatmilk, opsi topping beragam, kemasan botol ramah lingkungan, serta fasilitas pengiriman pesan antar."	"Peningkatan Formulasi & Operasional: Mengatur ulang rasio es agar tekstur tetap creamy untuk kedepannya, saat ini juga Dopamilk sudah menyediakan pilihan level manis, namun saat ini pengelola belum mempertimbangkan varian Oatmilk karena *core product* Dopamilk adalah susu murni. Pengelola akan mempertimbangkan untuk mengadakan topping baru atas permintaan customer melalui *IG Story* dan Status WA, serta meningkatkan kemasan anti-tumpah dengan tutup double (Sealer & tutup plastik) dan mengoptimalkan pengiriman mandiri (DO via WhatsApp)."
5	Pengalaman Pengguna dan Kesadaran Merek Dopa.Ind	"Dari 111 responden sebanyak 50,5% responden pernah mendengar nama DOPA.IND, di mana rekomendasi teman *(word-of-mouth*) menjadi saluran informasi yang paling dominan (75%). Dari 56 respondenyang mengenal merek ini, 76,8% telah mencoba produknya dengan tingkat kepuasan yang sangat tinggi (rata-rata skor 4,3 dari 5,0) dan seperempat di antaranya telah menjadi pelanggan rutin.	"Koreksi Identitas & Pemasaran: Hasil survei mengonfirmasi perlunya perubahan nama merek karena DOPA.IND terkesan abstrak dan untuk kelanjutan atas survei ini pengelola sudah melakukan *redesign* logo sesuai dengan produk yang ditawarkan. Pengelola juga terus mendorong dan memanfaatkan efektivitas *word of mouth* melalui program referral mahasiswa serta meningkatkan konsistensi SOP pembuatan

		Meskipun produk dinilai segar dan ramah kantong, sekitar 35,7% responden menilai nama ""DOPA.IND"" kurang secara langsung memberikan kesan sebagai produk minuman (FnB). Masukan lain mencakup perlunya konsistensi takaran manis dan lokasi outlet yang lebih mudah terlihat."	produk kepada staff oulet dan pengelola lainnya." Dalam hal outlet, pengelola masih mempertimbangkan untuk mempertahankan tempat yang ada atau mencari peluang lokasi lain.
6	Strategi Rebranding “Dopamilk”	"Nama ""DOPAMILK"" dinilai sangat jelas menggambarkan produk olahan susu murni oleh 75,7% responden. Selain itu, sebanyak 75,7% responden menyetujui bahwa nama ""DOPAMILK"" jauh lebih menarik dan relevan sebagai brand minuman susu dibandingkan nama ""DOPA.IND"". Dalam menentukan visual, kombinasi warna Biru Segar (48,2%) dan Putih Bersih (45,5%) dipilih responden sebagai perpaduan warna logo yang paling cocok, cerah, dan menggugah selera untuk citra susu murni."	"Keputusan Rebranding Resmi: Pengelola Dopa secara resmi merubah nama bisnis dari DOPA.IND menjadi DOPAMILK (Dopamilk Jogja), serta mengadopsi elemen warna Biru Segar dan kuning sedikit oranye serta Putih Bersih pada logo baru, kemasan, dan media komunikasi visual untuk menarik konsumen serta kesesuaian atas produk yang dijual."
7	Masukan Umum Pelanggan	Konsumen menyarankan agar pengelola selalu menjaga konsistensi rasa dan kebersihan produk, selalu mengadakan promo tematik khusus mahasiswa (seperti paket bundle UTS/UAS), serta memperluas lokasi penjualan dan jangkauan pemasaran online. Pelanggan juga mengapresiasi dan berharap kegiatan unik seperti sharing session rutin terus dipertahankan.	"Program Komunitas & Promosi Sesional: Sejauh ini pengelola Dopa telah menyusun kalender promosi yang disesuaikan dengan agenda akademik mahasiswa, dalam beberapa bulan terakhir pengelola mengadakan (Promo UAS, #LaprakLega) serta melanjutkan kegiatan sharing session interaktif guna memperkuat ikatan komunitas dengan pelanggan."

2) Dari hasil perancangan dan perumusan penampilan brand dan validasi kepada konsumen maka nama Dopamilk menjadi perhatian khusus pengelola Dopamilk untuk merumuskan logo baru agar sesuai dengan customer persona yang pengelola Dopamilk bangun. Karena logo pada sebuah brand adalah identitas visual agar sebuah brand mempunyai citra dan daya tarik bisnis agar dapat dengan mudah di ingat oleh konsumen.(Lisurur & Swasti, 2024)

   Maka dari itu Pengelola Dopamilk melakukan rapat untuk merumuskan dan merancang pembuatan logo baru mulai dari tujuan perubahan logo, persona yang dibangun Dopamilk sebagai bisnis lokal yang berdampak serta mempertimbangkan identitas visual agar mempunyai relevansi dengan produk yang ditrawarkan oleh Dopamilk serta mempertimbangkan agar tujuan Dopamilk tersampaikan melalui logo yang dirancang.



Gambar 2. 10 Perumusan Logo Baru Dopa.Ind

Berikut ketika penulis bersama pengelola Dopamilk berkumpul untuk merumuskan logo dan persona bisnis Dopamilk. dan dari rapat yang kami lakukan kami mempunyai beberapa rancangan dan rumusan yang terangkum dalam *creative brief logo* Dopamilk, antara lain:

a) Menciptakan logo yang punya vibes bahagia, ringan, dan mood yang membaik
b) Brand personality yang happy, dan locally
c) Brand Essence “Mengembalikan Moodmu” pada logo
d) Minimalis, ikonik, modern dan timeless untuk jangka panjang
e) Inspirasi karakter yaitu sapi yang punya ekspresi ramah, bahagia dan mengundang interaksi
f) Warna pastel sebagai biru warna utama.

Dari brief ini kemudian pengelola Dopamilk membuat sketsa logo agar logo yang dibuat nantinya sesuai dengan tujuan dari brand Dopamilk



Gambar 2. 11 Sketsa Logo Baru Dopamilk

Kemudian dari sketsa yang sudah pengelola Dopamilk buat itu dikirim langsung ke designer logo. Dengan estimasi pengerjaan 2 pekan. Adapun hasil sketsa logo dan brief yang sudah pengelola buat, designer logo membuat final logo dengan bentuk seperti gambar dibawah ini



Gambar 2. 12 Logo Final DOPAMILK

Setelah melewati beberapa kali evaluasi dan redesign maka pengelola Dopamilk memilih logo ini sebagai logo utama yang nantinya akan menggantikan logo lama dan menjadi wajah Dopamilk yang akan di daftarkan di website DJKI sebagai merek Dopamilk Jogja.

b. Perizinan Usaha dan Legalitas

1) Perizinan usaha sangat penting untuk keberlangsungan bisnis kedepannya, tanpa perizinan usaha yang jelas bisnis yang akan atau sedang dijalani sewaktu-waktu bisa mendapat masalah keadministrasian karena tidak mempunyai dokumen lengkap tentang usaha yang dijalankan dan ini menjadi perhatian khusus bagi penulis sebagai pengelola Dopamilk yang sedang menjalankan bisnis ini.

   Perusahaan FnB memiliki beberapa dokumen keadministrasian usaha antara lain: Nomor izin berusaha, PiRT, sertifikasi halal, BPOM, surat UMKM binaan di suatu daerah dan sebagainya. Dokumen administrasi ppada sebuah usaha sangat dibutuhkan terutama usaha yang bergerak di bidang *food and baverage* agar usaha yang sedang dijalankan mendapatkan jaminan hukum sebagai usaha yang mempunyai produk yang dapat di ditawarkan kepada pasar secara umum dan layak untuk dikonsumsi.

   Dopamilk sejauh ini sudah memiliki beberapa dokumen administrasi usaha sebagai bentuk nyata pengelola Dopamilk dalam menjalankan usahanya sejak 2 tahun sejak Dopamilk didirikan, antara lain: Nomor Induk Berusaha dan sertifikasi halal. Adapun nomor induk berusaha Dopamilk 2104250042243 dan Sertifikasi Halal yang terbit pada tanggal 11 Oktober 2025 oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.

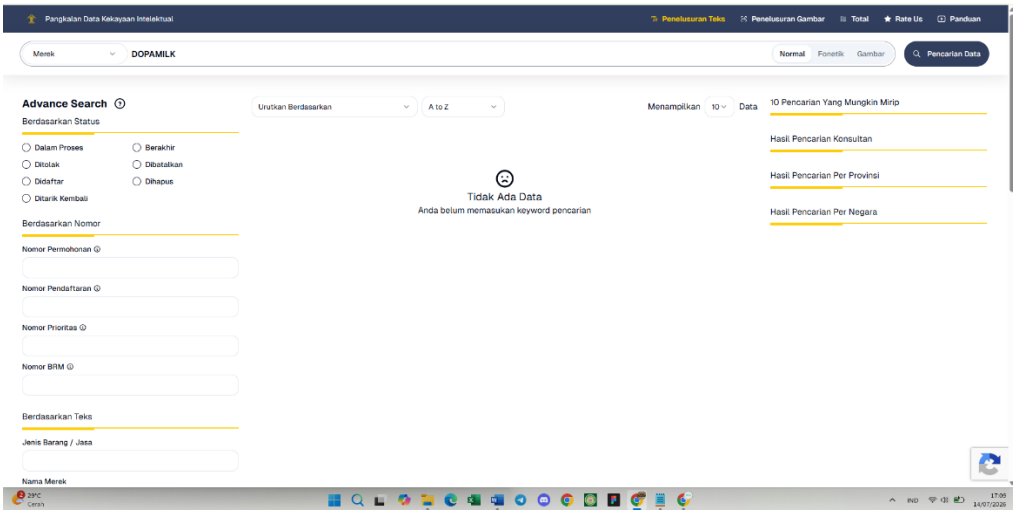
   Selanjutnya dalam mencapai tujuan yang lebih tinggi yaitu pendaftaran merek Dopamilk yang telah beralih menjadi Dopamilk ke website DJKI itu membutuhkan beberapa dokumen keadministrasian sebagai syarat untuk mendaftarkan merek sebuah usaha. Adapun Syarat yang diperlukan antara lain: Surat pernyataan

kepemilikan surat rekomendasi UMK atau surat pernyataan UMK dari dinas tempat kita membuka usaha.

2) Legalitas pada sebuah usaha itu sangat penting karena jika sebuah usaha terdaftar sebagai sebuah brand yang berdiri maupun belum. Maka, usaha atau brand itu akan mendapatkan jaminan hukum dalam menawarkan produknya secara umum dan bila dikemudian hari ada pihak lain yang mencoba berusaha seperti membuka usaha serupa, mengambil alih perusahaan dan kekayaan intelektual dan merek usaha. Kita sebagai pelaku usaha dapat menggugat pihak yang coba melakukan usaha yang mengatasnamakan brand atau usaha kita.

   Adapun proses legalitas merek usaha ini dilakukan secara online melalui laman DJKI yaitu laman dibawah pemerintah indonesia untuk memfasilitasi individu dan usaha atas kekayaan intelektual, merek dagang sampai hak paten atas sebuah temuan yang berharga. Terdaftarnya sebuah karya dan usaha di laman ini maka karya dan usaha yang diterima pengajuannya akan mendapatkan jaminan hukum atas kepemilikan karya yang dibuat dan usaha yang dibangun.

   Oleh karena itu penulis sebagai pengelola Dopamilk mempunyai program untuk mendaftarkan merek Dopamilk sebagai usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman dengan spesifikasi minuman yang berbasis susu. Penulis sebagai inisiator dalam program ini sudah melakukan pengecekan atas usaha atau brand yang serupa dengan merek yang akana didaftarkan yaitu Dopamilk. Penulis sudah mencari pada laman DJKI dengan keyword Dopamilk dan hasilnya ‘tidak ada data’ seperti gambar dibawah ini



Gambar 2. 13 Bukti Tidak Ada kata "DOPAMILK" pada Web DJKI

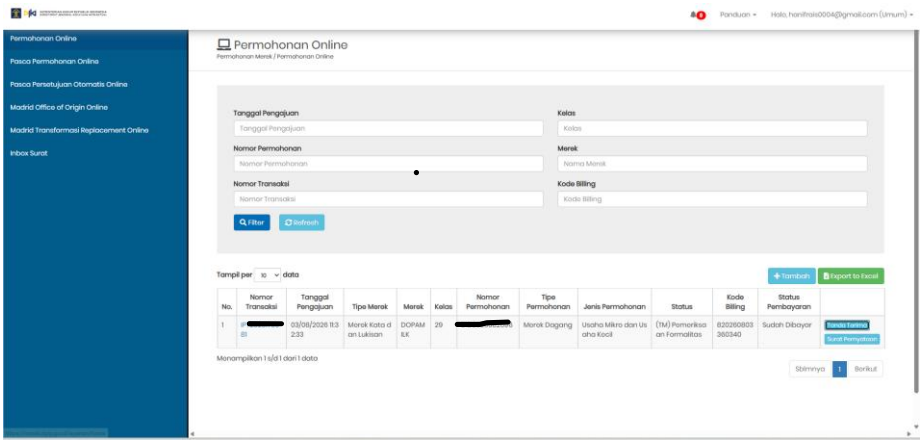
Dari gambar berikut bahwa dari aspek nama brand dan merek dapat di daftarkan ke laman DJKI dengan beberapa dokumen usaha yang dijalankan sebagai persyaratan keadministrasian sebagai merek dagang yang terdaftar. Adapun dokumen persyaratan yang diperlukan untuk mendaftarkan brand atau usaha kita sebagai merek dagang antara lain: poto Kartu Tanda penduduk atau KTP sebagai perwakilan atau pemegang usaha yang didaftarkan, dokumen visual brand atau logo usaha, surat pernyataan kepemilikan, surat rekomendasi UMK dari dinas terkait dan Pernyataan UMK serta pembayaran agar pengajuan pendaftaran merek dagang dapat diproses.

Setelah semua dokumen administrasi telah dilengkapi oleh pemilik usaha dan dilampirkan kedalam sistem permohonan pendaftaran merek, maka akan muncul kode *billing* untuk pembayaran permohonan merek sebesar Rp. 500.000 untuk permohonan UMKM.



Gambar 2. 14 Kegiatan Pengajuan Permohonan Merek ke DJKI

Pengelola Dopamilk telah berhasil mendaftarkan merek Dopamilk ke website DJKI dan pengelola masih dalam tahap pengawasan secara berkala terhadap merek yang didaftarkan sampai terbit sertifikasi merek.



Gambar 2. 15 Dopamilk telah Melakukan Pendaftaran Merek ke Website DJKI

2. Tinjauan Aspek Keuangan

Pengelolaan keuangan di dalam sebuah bisnis adalah salah satu core yang harus diperhatikan. Pengelolaan keuangan yang akurat, transparan dan terbukti secara akuntabilitas akan memudahkan pengelola bisnis dalam menjalani bisnisnya secara berkala. Data dalam bentuk angka dalam

sebuah bisnis menunjukkan bahwa bisnis tersebut berjalan atas anggaran yang dibentuk dengan perencanaan-perencanaan secara profesional dan dapat dipertanggung jawabkan. Sebagai bisnis yang menjunjung nilai-nilai islami, maka aspek keuanganberfungsi sebagai intrumen pertanggung jawaban dan implementasi nilai-nilai dalam prinsip bisnis islam.

b. Sistem dan Pengelolaan Keuangan

Adapun untuk sistem dan pengelolaan keuangan di bisnis Dopamilk saat ini belum menggunakan aplikasi pos automation yang dapat menghasilkan pelaporan akhir periode secara langsung.

1) Pengelola Dopamilk saat ini masih sangat mengandalkan aplikasi microsoft excel dalam membuat dashboard keuangan untuk ekosistem pelaporan akuntansi secara runtut dan terstruktur seperti Pencatatan Saldo Awal, Jurnal Umum, Buku Besar, Neraca Saldo, Jurnal Penyesuaian, Neraca Saldo setelah Penyesuaian, Neraca Lajur, Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan, Laporan Arus Kas atau *Cash Flow* Serta Laporan Perubahan Ekuitas, kemudian Jurnal Penutup dan Neraca Saldo setelah Jurnal Penutup yang akan menjadi saldo di awal bulan atau periode berikutnya.

   Adapun dashboard akuntansi yang pengelola Dopamilk bangun ini bertujuan sebagai komponen utama dalam membuat laporan akuntansi yang terstruktur dan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan atau SAK, pemisahan rekening pengelola usaha dengan uang usaha F&B, dan konsistensi waktu dengan melakukan pencatatan transaksi harian secara disiplin.

   Dopamilk sebagai usaha yang bergerak dibidang F&B juga pastinya melakukan pencatatan atas harga pokok penjualan (HPP) dan pencatatan stok atau inventory secara berkala untuk

menghindarkan selisih stok dengan angka yang pada dashboard akuntansi.

DOPAMILK — HPP & MARGIN PER VARIAN

Kolom takaran & harga jual (BIRU) bisa diubah. Kolom rincian biaya per bahan b

Target Maks H: 30%

No	Kategori	Varian	Jenis Cup	TOTAL HPP (Rp)	Harga Jual (Rp)	HPP (%)	Margin (Rp)	Margin (%)	Status
1	Reguler	Signature Mango Mood	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
2	Large	Signature Mango Mood	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
3	Reguler	Signature Grape Joy	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
4	Large	Signature Grape Joy	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
5	Reguler	Signature Strawberry	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
6	Large	Signature Strawberry	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
7	Reguler	Signature Lychee Lush	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
8	Large	Signature Lychee Lush	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
9	Reguler	Signature Guava Bliss	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
10	Large	Signature Guava Bliss	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
11	Reguler	Signature Coco Delight	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
12	Large	Signature Coco Delight	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
13	Reguler	Signature Orange Splash	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
14	Large	Signature Orange Splash	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
15	Reguler	Signature Milky Orange	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
16	Large	Signature Milky Orange	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
17	Reguler	Signature Green Glee	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
18	Large	Signature Green Glee	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
19	Reguler	Matcha Mild Reguler	Cup 16oz	4.592	18.000	25,5%	13.408	74,5%	Sedang
20	Large	Matcha Mild Large	Cup 18oz	5.516	20.000	27,6%	14.484	72,4%	Sedang
21	Reguler	Matcha Soft Reguler	Cup 16oz	4.208	15.000	28,1%	10.792	71,9%	Sedang
22	Large	Matcha Soft Large	Cup 18oz	5.132	17.000	30,2%	11.868	69,8%	Tinggi
23	Reguler	Taro Reguler	Cup 16oz	5.040	18.000	28,0%	12.960	72,0%	Sedang
24	Large	Taro Large	Cup 18oz	5.516	20.000	27,6%	14.484	72,4%	Sedang
25	Reguler	Original Reguler	Cup 16oz	2.244	9.000	24,9%	6.756	75,1%	Sedang
26	Large	Original Large	Cup 18oz	2.456	10.000	24,6%	7.544	75,4%	Sedang
27	Reguler	Red Velvet Reguler	Cup 16oz	6.420	18.000	35,7%	11.580	64,3%	Tinggi
28	Large	Red Velvet Large	Cup 18oz	7.516	20.000	37,6%	12.484	62,4%	Tinggi
29	Salman 14oz	Salman Manggo Mood 14oz	Cup 14oz	2.961	7.000	42,3%	4.039	57,7%	Tinggi
30	Salman 14oz	Salman Grape Joy 14oz	Cup 14oz	2.961	7.001	42,3%	4.040	57,7%	Tinggi
31	Salman 14oz	Salman Strawberry 14oz	Cup 14oz	2.961	7.002	42,3%	4.041	57,7%	Tinggi
32	Salman 14oz	Salman Lychee Lush 14oz	Cup 14oz	2.961	7.003	42,3%	4.042	57,7%	Tinggi
33	Salman 14oz	Salman Guava Bliss 14oz	Cup 14oz	2.961	7.004	42,3%	4.043	57,7%	Tinggi
34	Salman 14oz	Salman Coco Delight 14oz	Cup 14oz	2.961	7.005	42,3%	4.044	57,7%	Tinggi
35	Salman 14oz	Salman Orange Splash 14oz	Cup 14oz	2.961	7.006	42,3%	4.045	57,7%	Tinggi
36	Salman 14oz	Salman Milky Orange 14oz	Cup 14oz	2.961	7.007	42,3%	4.046	57,7%	Tinggi
37	Salman 14oz	Salman Green Glee 14oz	Cup 14oz	2.961	7.008	42,3%	4.047	57,7%	Tinggi
38	Satu Liter	Dopamilk 1 Liter	Botol 1 Liter	15.725	25.000	62,9%	9.275	37,1%	Tinggi
39	Reguler	Kopi Aren Latte	Cup 16oz	6.172	18.000	34,3%	11.828	65,7%	Tinggi
RATA-RATA / TOTAL SEMUA VARIAN				4.279	12.027	36%	7.747	64%	
RATA-RATA / TOTAL Tanpa Salman dan Dopamilk 1 lite				4.294	13.138	33%	8.844	67%	

Gambar 2. 16 Tabel Harga Pokok Penjualan Produk Dopamilk

Gambar diatas adalah gambar dari tabel untuk harga jual dan HPP pada setiap produk yang ada di usaha Dopamilk. Pada gambar berikut ada penjelasan mengenai HPP dalam bentuk Rupiah dan dalam bentuk persen dan harga jual dalam bentuk rupiah dan dalam bentuk persen sebagai margin yang di dapat dari satu produk. Adapun status yang ditunjukkan pada gambar mempunyai dua jenis; tinggi dan sedang yang dipengaruhi oleh 30% sebagai

angka HPP yang ideal pada setiap produk yang dijual pada usaha food and baverages. Status sedang dengan range angka 25%-30% dan status tinggi dengan range angka >30%.

Namun, menjadi catatan angka HPP sudah disesuaikan dengan menambahkan 10% pada setiap harga bahan baku sebagai antisipasi toleransi waste berguna untuk penyusutan dan bahan baku yang terbuang. Ini memiliki tujuan untuk membuat *HPP buffer* (HPP aman) untuk menjaga agar margin keuntungan yang di dapatkan dari setiap produk yang dihasilkan tidak tergerus oleh *human error* dan kebocoran operasional kecil *(invisible waste)* tersebut.

2) Kemudian pengelola Dopamilk juga menggunakan google spreedsheet sebagai tools pendukung di luar ekosistem akuntansi dalam membuat laporan-laporan yang dibutuhkan sebelum masuk ke dalam ekosistem akuntansi seperti pencatatan sales harian pada setiap produk

| Menu | Juli 2026 | | |

SALMAN													
1		2		3		4		5		TOTAL PRODUKSI	TOTAL TERJUAL	TOTAL Cash	
Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	End	End	Rupiah	
4	4	4	4							16	16	Rp	104.000
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
3	3	3	3							12	12	Rp	78.000
4	4	4	4							16	16	Rp	104.000
3	3	3	3							12	9	Rp	78.000
2	2	2	2							8	8	Rp	52.000
1	1	1	1							4	4	Rp	26.000
2	2	2	2							8	6	Rp	52.000
										0	0	Rp	-
1	1	1	1							4	4	Rp	26.000
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
20	20	20	20	0	0	0	0	0	0	80	75	Rp	560.000

Gambar 2. 18 Tabel Pencatatan Penjualan dengan Mitra

Dengan laporan yang sama semua revenue stream yang Dopamilk terima akan mempunyai pencatatannya masing masing demi memudahkan pencatatan produksi untuk menghitung HPP produk dan mengurangi persediaan, sehingga angka yang ada di dalam dashboard keuangan tidak mempunyai selisih yang sangat signifikan dengan aset atau nilai rill yang Dopamilk punya di outlet.

Selain pencatatan sales harian, kami sebagai pengelola juga mempunyai pencatatan atas perubahan stok secara *real time* dengan rumus 'stok awal + tambahan stok bulan berjalan – HPP produksi setiap bahan baku = stok akhir/stok opname' yang akan disesuaikan dengan pengecekan di akhir bulan untuk mengetahui

selisih stok opname. Jika stok rill lebih banyak dibandingkan dengan nilai stok opname, maka *human error* serta *invisible waste cost.* Jika data rill menujukkan sebaliknya maka perlu adanya evaluasi internal dan kinerja karyawan dalam operasional produksi.

No	Tanggal Beli		JULI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total Akhir Bulan	Total Penjualan	Total Stok Akhir Bulan
	Item	Satuan																																			
1	Cup 180z	pcs	1.723			1.711																													1.711		
2	Cup 160z	pcs	934			882																													882		
3	Cup 140z	pcs	251			251																													251		
4	Botol 1 Liter	pcs	10			10																													10		
5	Sealer	pcs	96			30																													30		
6	Sedotan	pcs	186			123																													123		
7	Susu Murni	ml	10105			2000																													2000		
8	SKM	ml	18335			17150																													17150		
9	Powder Matcha	gr	257			190																													190		
10	Powder Taro	gr	680			680																													680		
11	Powder Red Velvet	gr	255			160																													160		
12	Creamer	gr	1369			1340																													1340		
13	Creamchees	gr	0			0						1000																							1000		
14	Kopi Ekstrak	gr	149			143																													143		
15	Aren Sirup	ml	415			400																													400		
16	Powder Mango Mood	gr	0			407																													407		
17	Powder Strawberry	gr	265			265																													265		
18	Powder Grape joy	gr	60			60																													60		
19	Powder Lychee Lush	gr	113			113																													0		
20	Powder Guava Bliss	gr	318			318																													0		
21	Powder Coco Delight	gr	402			402																													402		
22	Powder Orange Splash	gr	411			411																													0		
23	Powder Milky Orange	gr	175			175																													0		
24	Powder Green Glee	gr	381			381																													0		
25	Total Powder Signature	gr	1744			2151																													2152		
26	Cup 160z Biasa	pcs	70			70																													70		

Gambar 2. 19 Tabel Pencatatan Pembelian Gramasi untuk Akumulasi Persediaan Bulanan

Dan laporan atas harga dari setiap bahan baku yang di beli pada hari di bulan berjalan sehingga di akhir bulan diambil harga rata rata untuk membuat harga HPP sesuai dengan harga rata-rata bahan baku yang dibeli bulan berjalan.

No	Tanggal Beli		JULI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Rata-Rata Harga Akhir Bulan	Harga Awal Bulan	Harga Yang dipakai di Akuntansi
	Item	Satuan																																			
1	Cup 180z	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
2	Cup 160z	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
3	Cup 140z	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
4	Botol 1 Liter	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
5	Sealer	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
6	Sedotan	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
7	Susu Murni	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
8	SKM	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
9	Powder Matcha	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
10	Powder Taro	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
11	Powder Red Velvet	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
12	Creamer	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
13	Creamchees	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
14	Kopi Ekstrak	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
15	Aren Sirup	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
16	Powder Mango Mood	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
17	Powder Strawberry	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
18	Powder Grape joy	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
19	Powder Lychee Lush	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
20	Powder Guava Bliss	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
21	Powder Coco Delight	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
22	Powder Orange Splash	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
23	Powder Milky Orange	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
24	Powder Green Glee	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
25	Total Powder Signature	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
26	Cup 160z Biasa	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo

Gambar 2. 20 Tabel Pencatatan Harga Pembelian Bahan Baku untuk Data Riil Rata-Rata Harga Bulan Berjalan

Laporan-laporan pendukung ini menjadi instrumen penting dalam membuat laporan keuangan secara utuh yang sesuai dengan aset dan nilai dengan kondisi yang nyata terjadi inventory, pembelian

bahan baku dll. Laporan-laporan ini juga sebagai buktiagar meningkatkan kualitas angka yang ada di pencatatan akuntansi. Semakin kecil selisih yang dihasilkan maka angka dalam pencatan akuntansi semakin bagus.

c. Pelaporan dan Kinerja Keuangan

1) Menyusun Laporan Keuangan Akhir Bulan

Setelah melalui proses penyusunan secara runtut dan terstruktur di dalam sistem dasboard keuangan excel yang sudah dibuat. Pelaporan keuangan bisnis Foon and Baverages (F&B) wajib memenuhi standar akuntansi keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh lembaga IAI. Dikutip dari laman IAI tentang Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK EMKM) yang merupakan standar akuntansi yang berdiri sendiri bagi usaha mikro-kecil tanpa akuntabilitas publik secara signifikan. Sesuai dengan SAK EMKM bahwa sebuah entitas bisnis harus dapat memisahkan kekayaan pribadi dengan hasil usaha bisnis dan antara usaha/estitas dengan usaha/entitas lainnya dalam ruang lingkup bisnis yang sama. (Atika Dwi Lestari & Fitriya, 2024)

SAK EMKM ini adalah standar yang paling sederhana diabndingkan SAK lainnya. SAK EMKM di dalam sebuah entitas bisnis hanya menagtur traksaksi umum yang diambil dari nilai historis dengan pencatatan aset dan liabilitas sebesar biaya perolehan.

Komponen pelaporan keuangan pada umumnya mencakup laporan Laba Rugi yang menghitung total penjualan dikurangi Harga Pokok Penjualan (HPP) dan biaya operasional, Laporan Posisi Keuangan (Neraca) yang mencatat nilai aset (kas, bank, persediaan bahan baku, peralatan) serta Liabilitas dan Ekuitas

(utang gaji, utang usaha) dan modal, kemudian Laporan Arus Kas untuk memantau uang keluar dan masuk ke dalam kas operasional harian dan investasi dalam usaha tersebut.

Pengelola Dopamilk dalam menjalankan bisnis ini sudah membangun ekosistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan dapat dipertanggung jawabkan secara riil. Pengelola Dopamilk secara konsisten telah membuat Laporan Keuangan setiap periode guna pelaporan rutin dan kewajiban Dopamilk melaporkan perkembangan bisnis dengan Stakeholder atau Investor. Berikut Laporan-Laporan yang disusun Pengelola Dopamilk yang sudah sesuai dengan SAK EMKM, antara lain:

a) Laporan Posisi Keuangan

   Dopamilk memiliki Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Pada bagian Akun, Pengelola Dopamilk mempunyai komitmen agar sesuai dengan konsep ketelitian dan kehati-hatian untuk menampilkan data berdasarkan nilai rill pada kas dan persediaan bahan baku langsung, bahan baku tidak langsung dan bahan baku pelengkap yang tersedia secara fisik di outlet Dopamilk sebagai aset lancar dan aset tetap yang dihimpun dan dihitung nilai diapresiasinya setiap bulan untuk menghasilkan nilai akumulasi penyusutan pada aset tetap.

   Kemudian untuk kolom Liabilitas dan Ekuitas sebagai Kewajiban Jangka Pendek perusahaan terdapat akun Utang Gaji dan Utang Usaha serta akun Ekuitas yang terdiri dari Modal Investor, Modal Usaha yang berasal dari Modal Pemilik dan Laba Ditahan yang nantinya dikurangi oleh akun Prive yang mempengaruhi akun Modal Usaha.

Berikut Laporan Posisi Keuangan Dopamilk Periode Mei-Juli 2026

(1) Laporan Posisi Keuangan Dopamilk Mei 2026

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
May-26

	Aset				Liabilitas & Ekuitas		
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	770.000	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	3.294.377
1120	Bank	Rp	12.995.063	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	96.769				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**13.861.832**				
1130	Persediaan	Rp	8.018.127	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**21.879.959**	3120	Modal Usaha	Rp	8.300.825
				3200	Laba Ditahan	Rp	14.273.237
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	(6.397.542)
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**26.176.520**
1230	Peralatan	Rp	4.126.797				
	Sub total Aset Tetap	**Rp**	**10.642.118**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.051.181)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.590.937**				
	JUMLAH ASET	**Rp**	**29.470.897**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**29.470.897**
	BALANCE						

Gambar 2. 21 Laporan Posisi Keuangan Mei 2026

(2) Laporan Posisi Keuangan Dopamilk Juni 2026

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
Jun-26

	Aset				Liabilitas & Ekuitas		
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.725.400	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	-
1120	Bank	Rp	9.345.655	2200	Utang Usaha	Rp	100.000
1121	Sea Bank	Rp	399.727				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**11.470.782**				
1130	Persediaan	Rp	2.658.668	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**14.129.450**	3120	Modal Usaha	Rp	3.480.869
				3200	Laba Ditahan	Rp	7.959.672
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**21.440.542**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.334.260)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.411.091**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**21.540.542**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**21.540.542**
	BALANCE						

Gambar 2. 22 Laporan Posisi Keuangan Juni 2026

(3) Laporan Posisi Keuangan Dopamilk Juli 2026

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

	Aset				Liabilitas & Ekuitas		
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.512.900	2100	Utang Gaji	Rp	-
1120	Bank	Rp	10.255.517	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	578.581				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**12.346.998**				
1130	Persediaan	Rp	2.700.181	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**15.047.179**	3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862
				3200	Laba Ditahan	Rp	8.845.179
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**22.173.041**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub Total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.619.489)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.125.862**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**22.173.041**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**22.173.041**
			BALANCE				

Gambar 2. 23 Laporan Posisi Keuangan Juli 2026

b) Laporan Laba Rugi

Selanjutnya Dopamilk mempunyai Laporan Laba Rugi yang di dalamnya terdapat akun Pendapatan Penjualan Harian (Langsung), Pendapatan Penjualan Online (Shopee dan GoFood), Pendapatan Penjualan Kerjasama, Pendapatan Penjualan Tenant dan akun Pendapatan lainnya.

Kemudian Akun Beban atau Biaya antara lain: Beban HPP, Beban bahan Habis Pakai, Beban Administrasi, Beban Akomodasi dan Konsumsi, Beban Gaji Pokok & Lembur, Beban Marketing, Beban Operasional Kendaraan, Beban Pemeliharaan dan Perbaikan, Beban Sewa, Beban Penyusutan, dan Beban Lainnya. Berikut Laporan Laba Rugi Dopamilk Periode Mei-Juli 2026:

(1) Laporan Laba Rugi Periode Mei 2026

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
May-26

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	7.102.800		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	230.640		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	3.288.800		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	-		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	70.927		
Total Pendapatan				**Rp**	**10.693.167**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	2.851.030		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	89.300		
5220	Beban Administrasi	Rp	39.000		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	264.984		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	3.165.000		
5250	Beban Marketing	Rp	130.908		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	-		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	4.000		
5280	Beban Sewa	Rp	650.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	318.173		
6100	Beban Lainnya	Rp	1.603.186		
Total Beban				**Rp**	**9.115.581**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**1.577.586**

Gambar 2. 24 Laporan Laba Rugi Mei 2026

(2) Laporan Laba Rugi Periode Juni 2026

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
Jun-26

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	3.525.800		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	350.983		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	525.000		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	-		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	342.194		
Total Pendapatan				**Rp**	**4.743.977**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	1.951.984		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	415.800		
5220	Beban Administrasi	Rp	9.576		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	122.519		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	1.110.000		
5250	Beban Marketing	Rp	272.000		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	-		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	14.200		
5280	Beban Sewa	Rp	650.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	283.079		
6100	Beban Lainnya	Rp	67.826		
Total Beban				**Rp**	**4.896.984**
Laba/Rugi	RUGI			**Rp**	**(153.007)**

Gambar 2. 25 Laporan Laba Rugi Juni 2026

(3) Laporan Laba Rugi Periode Juli 2026

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	6.229.600		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	248.011		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	463.000		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	69.000		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	1.043		
Total Pendapatan				**Rp**	**7.010.654**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	2.230.570		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	220.000		
5220	Beban Administrasi	Rp	8.355		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	485.500		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	1.375.000		
5250	Beban Marketing	Rp	249.000		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	14.000		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	70.500		
5280	Beban Sewa	Rp	905.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	285.229		
6100	Beban Lainnya	Rp	435.000		
Total Beban				**Rp**	**6.278.154**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**732.500**

Gambar 2. 26 Laporan Laba Rugi Juli 2026

c) Laporan Arus Kas

Selain Laporan Laba Rugi dan Dopamilk juga mempunyai laporan Arus Kas sebagai catatan masuk dan keluar aliran kas selama periode berjalan. Laporan Arus Kas menjadi 3 aktivitas utama yaitu: Kegiatan Operasional atau bisnis inti, kegiatan investasi seperti pembelian aset dan peralatan dan kegiatan pendaan seperti penambahan modal usaha atau pengambilan modal usaha. Berikut Laporan Arus Kas Dopamilk Periode Mei-Juli 2026:

(1) Laporan Arus Kas Dopamilk Periode Mei 2026

Laporan Arus Kas Perusahaan DOPAMILK May-26				
Saldo Awal Kas			**Rp**	**7.500.544**
Kas			Rp	616.000
Bank			Rp	6.360.342
Sea Bank			Rp	524.202
Laba Bersih			**Rp**	**1.577.586**
Penyesuaian Non Kas				
Beban Penyusutan	Rp	318.173		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas			**Rp**	**1.895.759**
Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	557.876		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	2.414.669		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	-		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)			**Rp**	**4.868.304**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi				
Booth Kontainer	Rp	-		
Inventaris	Rp	-		
Peralatan	Rp	(110.299)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)			**Rp**	**(110.299)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan				
Modal Investor	Rp	-		
Modal Usaha	Rp	8.000.825		
Laba Ditahan	Rp	-		
Prive	Rp	(6.397.542)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)			**Rp**	**1.603.283**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)			Rp	6.361.288
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*			Rp	-
Saldo Akhir Kas			**Rp**	**13.861.832**

Gambar 2. 27 Laporan Arus Kas Mei 2026

(2) Laporan Arus Kas Dopamilk Periode Juni 2026

Laporan Arus Kas Perusahaan DOPAMILK Jun-26				
Saldo Awal Kas			**Rp**	**13.861.832**
Kas			Rp	770.000
Bank			Rp	12.995.063
Sea Bank			Rp	96.769
Laba Bersih			**Rp**	**(153.007)**
Penyesuaian Non Kas				
Beban Penyusutan	Rp	283.079		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas			**Rp**	**130.072**
Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	5.359.459		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	(3.294.377)		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	100.000		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)			**Rp**	**2.295.154**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi				
Booth Kontainer	Rp	-		
Inventaris	Rp	-		
Peralatan	Rp	(103.233)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)			**Rp**	**(103.233)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan				
Modal Investor	Rp	-		
Modal Usaha	Rp	-		
Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
Prive	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)			**Rp**	**(4.582.971)**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)			Rp	(2.391.050)
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*			Rp	-
Saldo Akhir Kas			**Rp**	**11.470.782**

Gambar 2. 28 Laporan Arus Kas Juni 2026

(3) Laporan Arus Kas Dopamilk Periode Juli 2026

Laporan Arus Kas Perusahaan DOPAMILK Jul-26				
Saldo Awal Kas			**Rp**	**11.470.782**
Kas			Rp	1.725.400
Bank			Rp	9.345.655
Sea Bank			Rp	399.727
Laba Bersih			**Rp**	**732.500**
Penyesuaian Non Kas				
Beban Penyusutan	Rp	285.229		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas			**Rp**	**1.017.729**
Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	(41.513)		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	-		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	(100.000)		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)			**Rp**	**876.216**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi				
Booth Kontainer	Rp	-		
Inventaris	Rp	-		
Peralatan	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)			**Rp**	-
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan				
Modal Investor	Rp	-		
Modal Usaha	Rp	-		
Laba Ditahan	Rp	-		
Prive	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)			**Rp**	-
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)			Rp	876.216
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*			Rp	-
Saldo Akhir Kas			**Rp**	**12.346.998**

Gambar 2. 29 Laporan Arus Kas Julii 2026

Nilai Saldo akhir kas dalam Laporan Arus Kas harus balance dengan nilai Kas dan Setara Kas yang ada pada Laporan Posisi Keuangan.

2) Menyusun Laporan Perubahan Ekuitas setiap bulannya.

   Selain 3 Laporan inti yang berupa Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Laporan Arus Kas. Dalam Menyusun laporan Akuntansi, harus terdapat Laporan Perubahan Ekuitas yaitu dokumen keuangan yang merangkum pergerakan Liabilitas dan Ekuitas pada periode tertentu. Laporan perubahan Ekuitas menyajikan dokumen perubahan modal selama 1 periode akuntansi yang terdiri dari beberapa akun/elemen akuntansi, antara lain: modal awal periode, penambahan dan pengurangan selama periode berjalan dan modal akhir periode. (Anik Nurmawati dkk., 2024)

Pada manajemen akuntansi yang dimiliki oleh Dopamilk juga mencantumkan Laporan Perubahan Ekuitas untuk mengetahui perubahan dan pergerakan modal setiap bulannya.

Beikut adalah Laporan Perubahan Ekuitas periode Mei-Juli 2026 pada perusahaan Dopamilk:

(a) Laporan Perubahan Ekuitas Bulan Mei 2026

Laporan Perubahan Ekuitas Perusahaan DOPAMILK May-26					
3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	300.000		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal per(1 Mei 2026)			**Rp**	**22.995.650**
	Laba Bersih	Rp	1.577.586		
3300	Prive	Rp	(6.397.542)		
	Penambahan Modal	Rp	8.000.825		
				Rp	**(4.819.956)**
	Total Modal per (1 Juni 2026)			**Rp**	**18.175.695**

Gambar 2. 30 Laporan Perubahan Ekuitas Mei 2026

(b) Laporan Perubahan Ekuitas Bulan Juni 2026

Laporan Perubahan Ekuitas Perusahaan DOPAMILK Jun-26					
3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	3.480.869		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal per(1 Juni 2026)			**Rp**	**26.176.520**
	Laba Bersih	Rp	(153.007)		
3300	Prive	Rp	-		
	Koreksi Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
				Rp	**(4.735.978)**
	Total Modal per (1 Juli 2026)			**Rp**	**21.440.542**

Gambar 2. 31 Laporan Perubahan Ekuitas Juni 2026

(c) Laporan Perubahan Ekuitas Bulan Juli 2026

Laporan Perubahan Ekuitas Perusahaan DOPAMILK Jul-26					
3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862		
3200	Laba Ditahan	Rp	8.112.679		
	Total Modal per(1 Juni 2026)			**Rp**	**21.440.542**
	Laba Bersih	Rp	732.500		
3300	Prive	Rp	-		
				Rp	**732.500**
	Total Modal per (1 Juli 2026)			**Rp**	**22.173.041**

Gambar 2. 32 Laporan Perubahan Ekuitas Juli 2026

3) Membuat Catatan atas Laporan Keuangan (CALK) dalam laporan keuangan setiap bulannya. Setelah mempunyai laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas dan Laporan Perubahan Ekuitas. Terdapat juga Laporan yang disebut Catatan atas Laporan Keuangan yang merupakan laporan tambahan yang bersifat naratif, penjelasan, rincian detail serta perincian dari angka-angka yang disajikan dalam Laporan Keuangan inti.

   Catatan atas Laporan Keuangan ini sangat penting karena laporan ini bukan seperti yang laporan lainnya yang menyediakan angka-angka saja namun penjelasan dibalik angka-angka yang termuat dalam dokumen laporan keuangan tersebut. Laporan ini berfungsi memberikan konteks dan penjelasan mendalam agar pihak-pihak yang bersangkutan dengan sebuah perusahaan atau stakeholder seperti investor, bank atau pajak memahami dari mana sebuah angka itu berasal.

   Laporan CALK ini juga mendorong transparansi sistematis yang berguna mengurai sebuah akun general yang dijabarkan menjadi beberapa akun spesifik sekaligus menjadi dasar kebijakan akuntansi seperti menjelaskan metode apa yang dipakai pada penyusunan laporan akuntansi.

   Struktur dalam pembuatan CALK yang sesuai dengan panduan SAK EMKM pada umumnya mengandung Gambaran Umum Perusahaan, Kebijakan Akuntansi yang Dipakai, Laporan Posisi Keuangan, Laba Rugi, Arus Kas (opsional untuk EMKM), Peristiwa Setelah Pelaporan, Dan Pengesahan. (Anik Nurmawati dkk., 2024)

   Penulis sebagai pengelola dalam menjalankan usaha Dopamilk berusaha untuk merumuskan dan membuat CALK sebagai instrumen pelaporan wajib akuntansi yang akan dilaporkan pada

stakeholder atau pihak yang bersangkutan dengan Dopamilk. Pembuatan CALK ini sebagai bukti kuat komitmen pengelola Dopamilk dalam menjalankan usahanya.

Dalam membuat Catatan atas Laporan Keuangan Pengelola menggunakan Laporan Keuangan Triwulan yaitu laporan 3 bulan mulai dari periode Mei- Juli 2026.

Laporan keuangan triwulan disusun dari penggabungan (konsolidasi) tiga laporan bulanan, yaitu laporan bulan Mei, Juni, dan Juli 2026, ditambah satu laporan bulan sebelumnya (April 2026) yang digunakan sebagai titik acuan posisi awal periode. Penyusunan laporan keuangan yang lengkap terdiri atas empat komponen utama, yaitu Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Laporan Arus Kas, dan Laporan Perubahan Ekuitas.

Keempat laporan tersebut tidak disusun secara terpisah, melainkan saling berkaitan satu sama lain. Perbedaan mendasar antar laporan terletak pada sifat data yang disajikan, yaitu sifat arus *(flow)* dan sifat posisi *(stock)*. Perbedaan sifat inilah yang menentukan bagaimana dan dari sumber mana angka pada masing-masing laporan diperoleh, sebagaimana diuraikan pada bagian-bagian berikut.

a) Laporan Posisi Keuangan Periode Mei-Juli 2026

   Laporan Posisi Keuangan bersifat posisi (stock), yaitu laporan yang menggambarkan keadaan aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan pada satu titik waktu tertentu. Berbeda dengan Laporan Laba Rugi, Laporan Posisi Keuangan tidak mengukur aktivitas selama suatu periode, melainkan mencerminkan kondisi kumulatif perusahaan sampai dengan tanggal pelaporan.

Oleh karena sifatnya sebagai gambaran posisi pada satu titik waktu, maka seluruh pos Neraca triwulan (Kas dan Setara Kas, Persediaan, Piutang Usaha, Aset Tetap, Kewajiban, serta Ekuitas) diambil langsung dari Neraca pada laporan bulan terakhir periode, yaitu laporan bulan Juli 2026. Posisi keuangan perusahaan per 31 Juli 2026 pada dasarnya sama, terlepas dari apakah periode pelaporan yang bersangkutan adalah triwulan Mei-Juli ataupun periode lain yang berakhir pada tanggal yang sama.

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

	Aset				Liabilitas & Ekuitas		
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.512.900	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	-
1120	Bank	Rp	10.255.517	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	578.581				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**12.346.998**				
1130	Persediaan	Rp	2.700.181	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**15.047.179**	3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862
				3200	Laba Ditahan	Rp	8.845.179
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**22.173.041**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub Total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.619.489)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.125.862**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**22.173.041**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**22.173.041**
			BALANCE				

Gambar 2. 33 Laporan Posisi Keuangan Triwulan Dopamilk

b) Laporan Laba/Rugi Periode Mei-Juli 2026

Laporan Laba Rugi merupakan laporan yang bersifat arus (flow), yaitu laporan yang mengukur akumulasi transaksi pendapatan dan beban yang terjadi sepanjang suatu periode waktu tertentu. Karena sifatnya yang mengukur suatu rentang waktu, maka penyajian angka pada Laporan Laba Rugi triwulan tidak dapat diambil dari satu titik waktu saja, melainkan harus merupakan hasil

penjumlahan seluruh transaksi yang terjadi di sepanjang periode yang bersangkutan.

Setiap pos pendapatan (kode akun 4110 sampai dengan 4900) dan setiap pos beban (kode akun 5100 sampai dengan 6100) pada Laporan Laba Rugi triwulan diperoleh dengan menjumlahkan nilai pos yang sama pada laporan bulan Mei, laporan bulan Juni, dan laporan bulan Juli. Dengan demikian, Total Pendapatan dan Total Beban triwulan mencerminkan akumulasi aktivitas usaha selama tiga bulan berjalan, dan selisih keduanya menghasilkan Laba atau Rugi Bersih periode triwulan.

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	16.858.200		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	829.634		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	4.276.800		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	69.000		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	414.164		
Total Pendapatan				**Rp**	**22.447.798**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	7.033.584		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	725.100		
5220	Beban Administrasi	Rp	56.931		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	873.003		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	5.650.000		
5250	Beban Marketing	Rp	651.908		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	14.000		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	88.700		
5280	Beban Sewa	Rp	2.205.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	886.481		
6100	Beban Lainnya	Rp	2.106.012		
Total Beban				**Rp**	**20.290.719**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**2.157.079**

Gambar 2. 34 Laporan Laba Rugi Triwulan Dopamilk

c) Laporan Arus Kas Periode Mei-Juli 2026

Laporan Arus Kas bersifat arus (flow), sebagaimana Laporan Laba Rugi, namun dengan tujuan akhir yang berbeda. Laporan ini disusun untuk menjelaskan sebab-sebab terjadinya perubahan saldo kas dari posisi awal

periode menuju posisi akhir periode, sehingga berfungsi sebagai penghubung (jembatan) antara posisi Kas pada Neraca awal periode dan posisi Kas pada Neraca akhir periode.

Saldo Awal Kas diperoleh dari saldo Kas dan Setara Kas pada Neraca bulan Mei, yang mencerminkan posisi kas pada tanggal 1 Mei 2026. Aktivitas Operasional dihitung dari akumulasi Laba Bersih triwulan (hasil Laporan Laba Rugi) yang disesuaikan dengan pos non-kas berupa beban penyusutan, serta perubahan pos Persediaan dan Utang Gaji Karyawan yang dihitung dari selisih antara posisi pada Neraca bulan April (sebagai posisi awal periode) dan posisi pada Neraca bulan Juli (sebagai posisi akhir periode).

Aktivitas Investasi dan Aktivitas Pendanaan dihitung dengan menjumlahkan transaksi terkait, yaitu penambahan aset tetap, penambahan modal usaha, serta penarikan dana pemilik (prive), yang terjadi sepanjang bulan Mei, Juni, dan Juli. Penjumlahan Saldo Awal Kas dengan Pergerakan Bersih Kas dari ketiga aktivitas tersebut menghasilkan Saldo Akhir Kas, yang secara konseptual wajib sama dengan saldo Kas dan Setara Kas pada Neraca per 31 Juli 2026.

Laporan Arus Kas
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

Saldo Awal Kas				**Rp**	**7.500.544**
	Kas			Rp	616.000
	Bank			Rp	6.360.342
	Sea Bank			Rp	524.202
Laba Bersih				Rp	2.157.079
Penyesuaian Non Kas					
	Beban Penyusutan	Rp	886.481		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas				**Rp**	**3.043.560**
	Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	5.875.822		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	(879.708)		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	-		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)				**Rp**	**8.039.674**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi					
	Booth Kontainer	Rp	-		
	Inventaris	Rp	-		
	Peralatan	Rp	(213.532)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)				**Rp**	**(213.532)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan					
	Modal Investor	Rp	-		
	Modal Usaha	Rp	8.000.825		
	Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
	Prive	Rp	(6.397.542)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)				**Rp**	**(2.979.688)**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)				Rp	4.846.454
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*				Rp	-
Saldo Akhir Kas				**Rp**	**12.346.998,03**
BALANCE					

Gambar 2. 35 Laporan Arus Kas Triwulan Dopamilk

d) Laporan Perubahan Ekuitas Periode Mei-Juli 2026

Laporan Perubahan Ekuitas juga bersifat arus (flow) dengan fungsi yang serupa dengan Laporan Arus Kas, yaitu sebagai penghubung antara posisi Ekuitas pada Neraca awal periode dan posisi Ekuitas pada Neraca akhir periode. Apabila Laporan Arus Kas menjelaskan perubahan saldo Kas, maka Laporan Perubahan Ekuitas menjelaskan perubahan saldo Modal/Ekuitas.

Ekuitas Awal diperoleh dari Jumlah Ekuitas pada Neraca bulan April 2026, yang mencerminkan posisi ekuitas pada 1 Mei 2026. Nilai tersebut kemudian ditambah dengan Laba Bersih triwulan (hasil Laporan Laba Rugi) dan penambahan modal usaha yang terjadi sepanjang periode, dikurangi dengan penarikan dana pemilik (prive), serta disesuaikan dengan koreksi non-kas berupa pembetulan

kesalahan pencatatan periode lalu apabila ada. Hasil akhir dari penjumlahan tersebut menghasilkan Ekuitas Akhir, yang secara konseptual wajib sama dengan Jumlah Ekuitas pada Neraca per 31 Juli 2026.

Laporan Perubahan Ekuitas
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	300.000		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal periode Mei-Juli			**Rp**	**22.995.650**
	Laba Bersih	Rp	2.157.079		
3300	Prive	Rp	(6.397.542)		
	Penambahan Modal Usaha	Rp	8.000.825		
	Koreksi Persediaan Periode lalu (non-kas)	Rp	(4.582.971)		
				Rp	**(822.609)**
	Total Modal per (1 Agustus 2026)			**Rp**	**22.173.041**

Gambar 2. 36 Laporan Perubahan Ekuitas Triwulan Dopamilk

4) Membuat Ikhtisar Kinerja Keuangan yang berisi ringkasan singkat mengenai data atau pencapaian finansial sebuah perusahaan dalam periode tertentu. Ikhtisar kinerja keuangan biasanya merangkum beberapa hasil laporan keuangan atau terdapat dalam annual report atau laporan tahunan perusahaan guna memerikan akses informasi kepada stakeholder atau pemangku kepentingan pada sebuah perusahaan.

   Setiawan (2017) dan Fajaryani (2018) di dalam penelitian riski (2024) bahwa Ikhtisar Kinerja Keuangan adalah cerminan atas pencapaian atau hasil dari pekerjaan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan sekaligut berfungsi sebagai evaluasi untuk mengidentifikasi dan mengukur tingkat keberhasilan sebuah perusahaan. (Riki dkk., 2024)

   Ikhtisar Kinerja Keuangan juga berguna untuk mengetahui kondisi Kesehatan keuangan perusahaan secara ringkas dan cepat tanpa membaca seluruh data keuangan yang rumit. Ikhtisar kinerja

keuangan berfungsi sebagai tolak ukur perkembangan sebuah perusahaan dalam mengalami pertumbuhan atau penurunan. Kemudian efisiensi dalam memberikan informasi yang ringkas namun mencakup seluruh informasi atau kondisi perusahaan secara utuh sekaligus menjadi tolak ukur pengelola dan stakeholder dalam mengambi keputusan kedepannya.

Struktur dalam Ikhtisar kinerja keuangan pada umunya berisi Laporan Posisi Keuangan dan Laporan Laba Rugi dengan uraian antara lain: Jumlah asset, jumlah liabilitas, jumlah ekuitas, penjualan bersih, laba kotor, laba bersih, dll. Kemudian Rasio Keuangan dengan uraian: Rasio Laba Bersih terhadap Pendapatan Usaha, Rasio Laba Bersih terhadap Ekuitas, Rasio Laba Bersih terhadap Aset, Rasio Lancar, Rasio Utang terhadap Ekuitas, Rasio Utang terhadap Aset, dll.

Dopamilk dalam menjalankan usahanya selama 2 tahun dan memiliki pengelolaan keuangan yang baik menggunakan Microsoft excel dalam 1 tahun belakang belum mempunyai Laporan Ikhtisar Kinerja Keuangan maupun annual report atau Laporan Keuangan Tahunan. Maka dari itu, penulis sekaligus pengelola Dopamilk ingin membuat Ikhtisar Kinerja Keuangan yang nanti nya dapat bermanfaat untuk memberikan informasi secara cepat dan detail kepada manajemen internal sebagai bahan evaluasi dan kepada para stakeholder dalam mengambil keputusan penanaman modal pada Dopamilk.

Penulis akan membuat Ikhtisar Kinerja Keuangan yang sesuai dengan ketentuan yang ada. Namun, masih dalam lingkup pengelolaan skala EMKM.

a) Data Keuangan Bulanan Dopamilk

Data Keuangan Bulanan - DOPAMILK (Rp)					
Pos Keuangan	Apr-26	May-26	Jun-26	Jul-26	Total/Rata-rata
LAPORAN LABA RUGI					
Pendapatan (Penjualan)	4.160.164	10.693.167	4.743.977	7.010.654	26.607.962
Harga Pokok Penjualan (HPP)	718.197	2.851.030	1.951.984	2.230.570	7.751.781
Laba Kotor	3.441.967	7.842.137	2.791.993	4.780.084	18.856.181
Beban Operasional	2.365.693	6.264.551	2.945.000	4.047.584	15.622.828
Laba Operasional (EBIT)	1.076.274	1.577.586	-153.007	732.500	3.233.353
Beban Bunga	0	0	0	0	0
Laba Sebelum Pajak (EBT)	1.076.274	1.577.586	-153.007	732.500	3.233.353
Pajak Penghasilan	0	0	0	0	0
Laba Bersih	1.076.274	1.577.586	-153.007	732.500	3.233.353
NERACA (posisi akhir bulan)					
Kas & Setara Kas	7.500.544	13.861.832	11.470.782	12.346.998	11.295.039
Piutang Usaha	0	0	0	0	0
Persediaan	8.576.003	8.018.127	2.658.668	2.700.181	5.488.245
Aset Lancar	16.076.547	21.879.959	14.129.450	15.047.179	16.783.284
Total Aset	23.875.358	29.470.897	21.540.542	22.173.041	24.264.959
Utang Gaji Karyawan	879.708	3.294.377	0	0	1.043.521
Utang Usaha	0	0	100.000	0	25.000
Liabilitas Lancar	879.708	3.294.377	100.000	0	1.068.521
Total Liabilitas	879.708	3.294.377	100.000	0	1.068.521
Total Ekuitas	22.995.650	26.176.520	21.440.542	22.173.041	23.196.438

Gambar 2. 37 Tabel Keuangan Kuartal Dopamik

(1) Laporan Laba Rugi

(a) Pendapatan Penjualan

Selama periode April–Juli 2026, DOPAMILK membukukan total penjualan sebesar Rp26.607.962. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Mei 2026 sebesar Rp10.693.167, kemudian mengalami penurunan pada bulan Juni menjadi Rp4.743.977, sebelum kembali meningkat pada bulan Juli menjadi Rp7.010.654. Perubahan tersebut menunjukkan adanya fluktuasi permintaan, namun perusahaan mampu melakukan pemulihan penjualan pada akhir periode.

(b) Harga Pokok Penjualan (HPP) dan Laba Kotor

Akumulasi Harga Pokok Penjualan (HPP) tercatat sebesar Rp7.751.781, sehingga menghasilkan laba kotor sebesar Rp18.856.181. Tingginya laba kotor menunjukkan bahwa biaya bahan baku yang dikeluarkan relatif efisien dibandingkan dengan nilai penjualan yang dihasilkan.

(c) Beban Operasional dan Laba Bersih

Total beban operasional selama empat bulan mencapai Rp15.622.828. Pada bulan Juni, peningkatan beban operasional sebesar Rp2.945.000 di tengah penurunan penjualan menyebabkan perusahaan mengalami rugi operasional sebesar Rp153.007. Meskipun demikian, perusahaan berhasil memperbaiki kinerjanya pada bulan Juli dengan membukukan laba bersih sebesar Rp732.500, sehingga laba bersih kumulatif periode April–Juli 2026 mencapai Rp3.233.353.

(2) Laporan Posisi Keuangan Dopamilk

(a) Aset Lancar

Posisi kas dan setara kas menunjukkan kondisi yang sangat baik dengan rata-rata sebesar Rp11.295.039, serta mencapai nilai tertinggi pada bulan Mei sebesar Rp13.861.832. Kondisi tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam

menjaga likuiditas selama periode pengamatan.

(b) Persediaan

Nilai persediaan mengalami penurunan secara bertahap dari Rp8.576.003 pada bulan April menjadi Rp2.700.181 pada bulan Juli. Penurunan ini mengindikasikan adanya perbaikan pengelolaan persediaan sehingga stok bahan baku menjadi lebih efisien.

(c) Liabilitas dan Ekuitas

Total liabilitas perusahaan menurun dari Rp3.294.377 pada bulan Mei hingga mencapai Rp0 pada akhir Juli 2026. Sebaliknya, struktur permodalan didominasi oleh ekuitas dengan rata-rata sebesar Rp23.196.438, yang menunjukkan tingkat kemandirian keuangan perusahaan sangat tinggi tanpa ketergantungan terhadap utang.

b) Rasio Keuangan Bulanan Dopamilk

Rasio Keuangan Bulanan - DOPAMILK					
Rasio	**Apr-26**	**May-26**	**Jun-26**	**Jul-26**	**Kuartal**
PROFITABILITAS					
Gross Profit Margin	82,7%	73,3%	58,9%	68,2%	**70,8%**
Operating Margin	25,9%	14,8%	-3,2%	10,4%	**12,0%**
Net Profit Margin	25,9%	14,8%	-3,2%	10,4%	**12,0%**
ROA (Return on Assets)	4,5%	5,4%	-0,7%	3,3%	**3,1%**
ROE (Return on Equity)	4,7%	6,0%	-0,7%	3,3%	**3,3%**
LIKUIDITAS					
Current Ratio	18,27x	6,64x	141,29x	0,00x	**41,55x**
Quick Ratio	8,53x	4,21x	114,71x	0,00x	**31,86x**
Cash Ratio	8,53x	4,21x	114,71x	0,00x	**31,86x**
SOLVABILITAS / LEVERAGE					
Debt to Equity (DER)	0,04x	0,13x	0,00x	0,00x	**0,04x**
Debt to Asset Ratio	3,7%	11,2%	0,5%	0,0%	**3,8%**
EFISIENSI					
Asset Turnover	0,17x	0,36x	0,22x	0,32x	**0,27x**
Inventory Turnover	0,08x	0,36x	0,73x	0,83x	**0,50x**
Receivable Turnover	0,00x	0,00x	0,00x	0,00x	**0,00x**
PERTUMBUHAN					
Pertumbuhan Pendapatan (MoM)		157,0%	-55,6%	47,8%	**49,7%**
Pertumbuhan Laba Bersih (MoM)		46,6%	-109,7%	578,7%	**171,9%**

Gambar 2. 38 Rasio Keuangan Dopamilk

Tabel Rasio Keuangan Bulanan DOPAMILK menyajikan evaluasi kinerja perusahaan melalui rasio profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, efisiensi, dan pertumbuhan selama periode April–Juli 2026.

(1) Rasio Profitabilitas

(a) Gross Profit Margin (GPM)

Rata-rata Gross Profit Margin (GPM) selama periode pengamatan mencapai 70,8%, dengan nilai tertinggi sebesar 82,7% pada bulan April dan terendah sebesar 58,9% pada bulan Juni. Tingginya GPM menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan marjin kotor yang kuat melalui pengendalian biaya produksi.

(b) Operating Margin (OM) dan Net Profit Margin (NPM)

Rata-rata Operating Margin (OM) dan Net Profit Margin (NPM) masing-masing sebesar 12,0%. Margin operasional sempat turun menjadi -3,2% pada bulan Juni akibat penurunan penjualan, namun kembali meningkat menjadi 10,4% pada bulan Juli sebagai indikasi pemulihan kinerja operasional.

(c) Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE)

Nilai rata-rata ROA sebesar 3,1% dan ROE sebesar 3,3% per bulan menunjukkan bahwa aset maupun modal yang dimiliki perusahaan telah mampu menghasilkan laba secara konsisten.

(2) Rasio Likuiditas dan Solvabilitas

(a) Likuiditas

Rata-rata Current Ratio tercatat sebesar 41,55 kali, sedangkan Quick Ratio dan Cash Ratio masing-masing sebesar 31,86 kali. Pada bulan Juli, rasio tersebut tercatat 0,00 kali karena perusahaan tidak lagi memiliki liabilitas lancar. Kondisi ini menunjukkan posisi kas yang sangat kuat dan risiko gagal bayar yang sangat rendah.

(b) Solvabilitas

Rata-rata Debt to Equity Ratio (DER) sebesar 0,04 kali dan Debt to Asset Ratio (DAR) sebesar 3,8%. Pada akhir Juli, kedua rasio tersebut mencapai 0%, yang menunjukkan bahwa seluruh aset perusahaan dibiayai oleh modal sendiri tanpa penggunaan utang.

(3) Rasio Efisiensi dan Pertumbuhan

(a) Inventory Turnover

Perputaran persediaan meningkat secara konsisten dari 0,08 kali pada bulan April menjadi 0,83 kali pada bulan Juli, dengan rata-rata sebesar 0,50 kali. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin efisiennya pengelolaan persediaan perusahaan.

(b) Pertumbuhan Bulanan (Month-on-Month)

Pertumbuhan pendapatan (Revenue Growth MoM) mencapai puncaknya pada bulan Mei sebesar 157,0%, kemudian mengalami kontraksi sebesar 55,6% pada bulan Juni sebelum kembali

tumbuh 47,8% pada bulan Juli. Sejalan dengan itu, laba bersih meningkat signifikan hingga 578,7% pada bulan Juli sebagai hasil dari pemulihan operasional perusahaan.

b) Ikhtisar Keuangan

Bulan	Pendapatan (Rp)	HPP (Rp)	Laba Bersih (Rp)	Persediaan (Rp)	Inventory Turnover (x)	DSI (Hari)	GPM (%)	OM (%)	ROA (%)
April	Rp 4.160.164	Rp 718.197	Rp 1.076.274	Rp 8.576.003	0,08	375	82.74%	25.87%	4.51%
Mei	Rp 10.693.167	Rp 2.851.030	Rp 1.577.586	Rp 8.018.127	0,36	86	73.34%	14.75%	5.35%
Juni	Rp 4.743.977	Rp 1.951.984	Rp (153.007)	Rp 2.658.668	0,73	41	58.85%	-3.23%	-0.71%
Juli	Rp 7.010.654	Rp 2.230.570	Rp 732.500	Rp 2.700.181	0,83	37	68.18%	10.45%	3.30%

Gambar 2. 39 Tabel Ikhtisar Kinerja Keuangan Dopamilk

Tabel ini mengintegrasikan indikator keuangan utama, seperti pendapatan, HPP, laba bersih, dan persediaan, dengan indikator efisiensi operasional berupa Inventory Turnover, Days Sales of Inventory (DSI), serta rasio profitabilitas (GPM, OM, dan ROA).

1) Optimalisasi Masa Simpan Persediaan

   Nilai Days Sales of Inventory (DSI) mengalami penurunan yang sangat signifikan, dari 375 hari pada bulan April menjadi 86 hari pada bulan Mei, 41 hari pada bulan Juni, dan 37 hari pada bulan Juli. Penurunan ini menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mempercepat perputaran persediaan melalui pengelolaan pembelian bahan baku yang lebih efektif.

2) Hubungan Persediaan dengan Inventory Turnover

   Penurunan nilai persediaan dari Rp8.576.003 menjadi Rp2.700.181 diikuti oleh peningkatan Inventory Turnover dari 0,08 kali menjadi 0,83 kali. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi pengelolaan persediaan yang lebih efisien mampu

mengurangi modal kerja yang tertahan pada stok tanpa mengganggu aktivitas penjualan.

3) Ketahanan Profitabilitas

Meskipun nilai persediaan berhasil ditekan lebih dari 68%, perusahaan tetap mampu mempertahankan Gross Profit Margin (GPM) pada kisaran 58,85%–82,74%. Selain itu, Operating Margin (OM) yang sempat negatif pada bulan Juni kembali meningkat menjadi 10,45% pada bulan Juli, menandakan bahwa efisiensi operasional tidak mengurangi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

d. Kemitraan dan Pengembangan Bisnis

Dalam menjalankan sebuah bisnis mempunyai mitra adalah hal yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam mengembangkan usaha bisnisnya. Mitra mendorong sebuah perusahaan melakukan yang terbaik dalam melayani konsumennya. Karena jika sebuah perusahaan bermitra melalui kerja sama baik pertukaran produk atau jasa itu mempunyai pengaruh baik secara langsung terhadap operasional dan produksi dalam meningkatkan pelayanan dan jasa.

Untuk bisnis dalam bidang Food & Baverage mempunyai beberapa jenis mitra sesuai dengan fungsi dan kegunaannya masing-masing, antara lain: Mitra Modal yaitu mitra dalam membantu perusahaan dalam menyediakan modal usaha yang dapat melalui berbagai macam skema seperti skema investasi bulanan atau tahunan. Kemudian ada Mitra supply yaitu tempat dimana sebuah perusahaan F&B mendapatkan bahan baku untuk membuat produk yang akan dijual dan Mitra distribusi yaitu tempat dimana sebuah bisnis dengan produk

makanan atau minuman dapat memasarkan produknya dengan bantuan pihak ketiga.

Dalam sistem bisnis F&B mitra-mitra sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan agar pemasukan pendapatan dapat menutupi operasional bisnis. Karena pada bisnis F&B sangat rentan dalam memenuhi beban operasional setiap bulannya. Maka dari itu setiap bisnis F&B harus mempunyai mitra dalam menjalankan usahanya.

Dopamilk dalam menjalankan bisnis nya mempunyai berbagai macam mitra yang berkaitan langsung dengan produksi dan distribusi antara lain: Mitra pemasok seperti Peternak susu sapi lokal, toko bahan baku perisa buah-buah an, pemasok kemasan plastik, sampai pemasok es batu kristal. Kemudian ada Mitra Distribusi, saat ini mitra distribusi Dopamilk hanya satu yaitu kantin pada salah satu institusi pendidikan. Selain menjalin kemitraan kepada institusi pendidikan Dopamilk juga berusaha memberikan penawaran kepada organisasi atau event-event yang ada di UII salah satunya adalah event tahunan yaitu Pesona Ta'aruf UII. Karena pada acara itu peluang untuk meningkatkan exposure serta peningkatan Brand Awareness kepada mahasiswa baru yang mungkin menjadi peluang untuk peningkatan sales.



Gambar 2. 40 Cover Dokumen Kemitraan

Dengan Menyiapkan rumusan skema kemitraan kepada panitia yang bersangkutan dengan berbagai penawaran di dalamnya yang memungkinkan kedua belah pihak mendapatkan keuntungan.

BAB III IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

A. Identifikasi Masalah

Pada perusahaan Dopamilk sendiri pengelola Dopamilk pasti mempunyai berbagai masalah dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnisnya. Pada pengembangan bisnis Dopamilk terdapat beberapa hambatan yang dialami Dopamilk antara lain:

1. Tantangan Akuisisi Pelanggan Baru

   Dopamilk dalam beberapa pekan terakhir atau dalam masa pengembangan bisnis. Masalah ini terjadi pada bidang pemasaran yang berdampak kepada seluruh bidang yang ada di Dopamilk itu sendiri. Masalah ini muncul dapat terjadi melalui berbagai faktor seperti Identitas dan karakteristik brand yang kurang jelas yang mengakibatkan konsumen tidak mengetahui produk apa yang melekat pada brand Dopamilk sebelumnya Bernama ‘Dopa.Ind’ dan faktor lain seperti kurangnya produksi konten yang di media sosial Dopamilk, walaupun dalam beberapa pekan kebelakang bagian pemasaran telah berusaha memproduksi konten promosi maupun konten non-promosi berupa konten *Diary Perintis* Dopa.

   Adapun konten yang diproduksi tidak sejalan dengan peningkatan penjualan namun disisi lain usaha atas produksi konten dapat berdampak baik pada peningkatan pada *awareness* dan *brand exposure* di media sosial. Dalam peningkatan akuisisi konsumen pengelola Dopamilk juga sudah menawarkan ke berbagai macam calon mitra yaitu kantin-kantin pada institusi pendidikan tetapi sampai saat ini Dopamilk masih berkerja sama dengan satu Mitra saja sebagai mitra distributor produk Dopamilk.

   Selain produksi konten pada media sosial dan penawaran kemitraan kepada kantin-kantin di institusi pendidikan. Bagian pemasaran Dopamilk selalu membuat promosi serta potongan harga untuk meningkatkan minat beli

konsumen. Namun, Promosi serta diskon yang dilaksanakan tidak efektif dalam menggait konsumen membeli Dopa.

2. Stagnasi Pendapatan dan Tingginya Risiko Defisit Operasional

   Pendapatan yang kecil membuat bisnis Dopamilk berjalan hanya untuk membayar biaya operasional dan gaji karyawan bahkan bisa mengeluarkan kas Dopamilk sendiri. Dalam jangka panjang bisa berakibat fatal pada anggaran operasional yang sudah ditetapkan oleh bidang keuangan.

   Dari celah yang dapat mengakibatkan keuangan perusahaan semakin tergerus tanpa terkendali, membuat analisis dan ikhtisar kinerja keuangan perusahaan dapat membantu pengelola untuk melihat apakah pengelolaan keuangan Dopamilk sudah efisien dan efektif.

   Oleh karena itu, pengelola Dopamilk terutama dalam bidang keuangan dan bidang lainnya diharapkan dapat memberikan usaha nya dalam meningkatkan penjualan produk baik penjualan langsung dari outlet Dopamilk, pemesanan online, kemitraan sampai event-event yang mempunyai peluang besar dalam menutupi operasional outlet, agar Keuangan Dopamilk tidak stagnan dan mengalami peningkatan guna mengembalikan Modal Investor yang ada pada perusahaan Dopamilk.

B. Tinjauan Teoritis

1. Brand Identity

   Brand Identity adalah identitas yang perusahaan bangun dalam meningkatkan exposure brand agar merek mduah dikenal dan memiliki pembeda dengan brand lain. Identitas merek tidak hanya sekedar nama dan logo namun mencakup nilai, nilai dan visual serta pesan yang ingin disebarkan oleh sebuah brand, sehingga konsumen dapat mengenali brand tersebut dengan baik. (Aaker, 1996).

   Kapferer (1997) mengembangkan model prisma identitas merek (brand identity prism) yang terdiri atas enam aspek, yaitu fisik, kepribadian,

budaya, hubungan, refleksi, dan citra diri. Keenam aspek ini menunjukkan bahwa identitas merek tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga memiliki dimensi emosional dan psikologis yang mampu menciptakan keterhubungan antara merek dengan konsumennya (Darmawan & Djati, 2004).

Identitas merek yang konsisten memungkinkan konsumen mengenali dan mengingat sebuah merek secara spontan melalui elemen-elemen visual merek seperti logo, warna, slogan atau tipografi yang berulang (Aaker, 1996). Selain itu, brand identity berfungsi sebagai representasi wajah Identitas brand juga berfungsi sebagai wajah perusahaan yang dapat merepresentasikan nilai-nilai positif yang dibangun yang dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan para konsumen. (Aaker, 1991). Dengan demikian, brand identity menjadi fondasi awal yang menentukan bagaimana sebuah merek diposisikan dan dipersepsikan di benak konsumen sebelum ekuitas merek (brand equity) dapat terbentuk secara optimal.

2. Brand Equity

Brand Equity adalah beberapa hal yang berhubungan dengan kepemilikan sebuah brand. Aset dan Liadabilitas merek yang berkaitan langsung Dengan nama dan symbol atau logo sebuah brand yang mampu mengurangi dan menambah nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau layanan perusahaan atau konsumennya (Darmawan, 2004).

Aaker (1991) mengidentifikasi beberapa aspek dalam brand Equity yaitu kesadaran merek (brand awareness), asosiasi merek (brand association), loyalitas merek (brand loyalty), dan kualitas yang dipersepsikan (perceived quality). Keller (1998) mengembangkan konsep customer brand equity, yang menjelaskan bahwa segala sesuatu yang dilihat, dirasakan, didengar sampai yang dipelajari oleh konsumen yang dapat menjadi sumber

kekuatan merek atas akumulasi pengalaman yang di dapatkan dari waktu ke waktu.

Brand Equity tidak bisa terbentuk secara instan melainkan harus melewati proses dan waktu yang panjang yang memerlukan layanan, kualitas produk dan komunikasi pemasaran kepada konsumen secara terus menerus (Keller, 1998). Semakin tinggi ekuitas sebuah brand maka semakin besar kemampuan brand dalam membuat harga kepada konsumen, karena konsumen tidak hanya bersedia membayar sebuah produk melalui hanya produksi namun nilai yang konsumen rasakan Ketika mengkonsumsi atau membeli produk sebuah brand (Aaker, 1996). Yang artinya Brand Equity adalah pondasi yang sanagt penting dalam menentukan sejauh mana sebuah brand membangun jangka panjang dengan konsumen serta dapat bersaing dengan competitor.

3. Kinerja Keuangan

   Kinerja keuangan merupakan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Kinerja keuangan menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, menjaga stabilitas keuangan, serta mengelola aset dan kewajiban yang dimiliki. Selain itu, kinerja keuangan mencerminkan hasil dari berbagai keputusan manajerial yang telah diambil selama periode tertentu dan menjadi dasar bagi investor, kreditor, maupun pihak lainnya dalam menilai kondisi serta prospek perusahaan (Rumain dkk., 2021) (Arofah & Wirawan, 2023). Dalam perspektif *signaling theory,* informasi mengenai kinerja keuangan juga berfungsi sebagai sinyal bagi para pemangku kepentingan mengenai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dan menciptakan nilai di masa mendatang (Marietza & Simbolon, 2021).

Pada perusahaan *Food and Beverages* (FnB), kinerja keuangan memiliki peran penting karena industri ini menghadapi karakteristik berupa tingginya perputaran persediaan, risiko kerusakan bahan baku, fluktuasi harga, serta perubahan permintaan konsumen. Oleh karena itu, evaluasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai efektivitas pengelolaan biaya produksi, likuiditas, profitabilitas, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan dalam mendukung inovasi produk dan menjaga keberlanjutan usaha. Penilaian tersebut umumnya dilakukan melalui analisis rasio keuangan, seperti rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan rasio efisiensi operasional yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan (Anggraini dkk., 2021) (Arofah & Wirawan, 2023). Selain itu, penerapan digitalisasi akuntansi dan pengelolaan keuangan yang baik terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, dan kinerja keuangan perusahaan maupun UMKM di sektor FnB (Rumain dkk., 2021) (Wahyudi dkk., 2025).

C. Pemecahan Masalah

1. Berdasarkan permasalahan rendahnya akuisisi konsumen baru, pengelola Dopamilk berusaha memperkuat identitas merek (brand identity) sebagai langkah awal dalam membangun persepsi dan citra merek yang lebih jelas di benak konsumen. Upaya tersebut diawali dengan melakukan riset merek (brand research) kepada konsumen melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form untuk mengetahui asosiasi merek, persepsi konsumen terhadap identitas Dopamilk, serta kesesuaian identitas visual dengan produk yang ditawarkan.

   Hasil riset menunjukkan bahwa identitas merek sebelumnya belum mampu merepresentasikan produk susu yang dijual sehingga pengelola Dopamilk memutuskan untuk melakukan perubahan identitas merek melalui pergantian nama menjadi Dopamilk serta mendesain ulang logo dengan

menggunakan siluet kepala sapi sebagai identitas visual yang lebih sesuai dengan produk yang dipasarkan. Perubahan tersebut diharapkan mampu menjadi wajah baru perusahaan, memperkuat citra merek, memudahkan konsumen mengenali produk, serta meningkatkan brand awareness dan kepercayaan konsumen sesuai dengan konsep brand identity yang dikemukakan oleh Aaker (1996) dan Kapferer (1997).

2. Dalam mengatasi stagnasi pendapatan dan tingginya risiko defisit operasional, pengelola Dopamilk memutuskan untuk membangun sistem pengelolaan keuangan yang lebih terintegrasi menggunakan Microsoft Excel sebagai media pencatatan dan pengendalian keuangan perusahaan. Sistem tersebut disusun untuk mencatat seluruh transaksi operasional, menyusun laporan keuangan secara berkala, serta menghasilkan ikhtisar kinerja keuangan yang digunakan sebagai alat pemantauan kondisi keuangan setiap bulan. Melalui ikhtisar tersebut, pengelola Dopamilk dapat mempertimbangkan efektivitas penggunaan biaya operasional, perkembangan pendapatan, laba atau rugi usaha, serta kondisi arus kas sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis.

   Penerapan sistem pengelolaan keuangan yang terintegrasi diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pengendalian keuangan, membantu evaluasi kinerja perusahaan secara berkala, serta mendukung keberlanjutan usaha sesuai dengan konsep kinerja keuangan yang dikemukakan oleh Rumain dkk. (2021), Arofah dan Wirawan (2023), serta Wahyudi dkk. (2025).

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Riset Merek

   Riset merek yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner Google Form kepada 111 responden berhasil mengidentifikasi bahwa nama brand "Dopa.Ind" kurang merepresentasikan produk sebagai minuman berbahan dasar susu, dengan 35,7% responden menilai nama tersebut kurang memberi kesan sebagai produk F&B. Hasil riset ini juga menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah mahasiswa UII dan Gen-Z, serta menghasilkan validasi kuat (75,7% responden) bahwa nama alternatif "Dopamilk" jauh lebih relevan dan menarik dibandingkan nama sebelumnya.

2. Pembuatan Logo Baru

   Proses perumusan logo baru melalui creative brief dan sketsa berhasil menghasilkan logo final Dopamilk dengan elemen visual karakter sapi yang ramah dan bahagia, sesuai dengan brand personality yang dibangun. Logo ini telah menggantikan logo lama dan menjadi identitas visual resmi Dopamilk.

3. Pendaftaran Merek ke Website DJKI

   Pengelola Dopamilk telah berhasil melengkapi seluruh dokumen administrasi (KTP, dokumen visual logo, surat pernyataan kepemilikan, surat rekomendasi UMK) dan mendaftarkan merek "Dopamilk" ke website DJKI dengan status permohonan sedang dalam tahap pengawasan, sebagai bentuk jaminan hukum atas kepemilikan merek dagang.

4. Dasboard Pengelolaan Keuangan

   Dopamilk telah berhasil membangun dashboard keuangan berbasis Microsoft Excel yang mencakup pencatatan HPP per varian produk, sistem pencatatan penjualan harian dan mitra, pencatatan pembelian bahan baku,

hingga pencatatan stok secara real time, sehingga meminimalkan selisih antara data pencatatan dengan kondisi riil di lapangan.

5. Laporan Keuagan Bulanan

   Pengelola telah secara konsisten menyusun laporan keuangan sesuai SAK EMKM selama periode Mei–Juli 2026, meliputi Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, Laporan Arus Kas, dan Laporan Perubahan Ekuitas. Data menunjukkan fluktuasi kinerja keuangan, dengan laba pada Mei 2026 (Rp1.577.586) dan Juli 2026 (Rp732.500), namun mengalami kerugian pada Juni 2026 (Rp153.007), yang mengindikasikan adanya tantangan stagnasi pendapatan.

6. Dokumen Skema Kemitraan

   Dopamilk telah menyusun dokumen proposal kemitraan yang digunakan untuk menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan dan event kampus (seperti Pesona Ta'aruf UII), meskipun hingga saat ini kemitraan distribusi yang terjalin masih terbatas pada satu mitra saja.

   Secara umum, keenam program pengembangan bisnis ini berhasil membangun fondasi brand dan sistem keuangan yang lebih profesional bagi Dopamilk, namun masih terdapat tantangan pada aspek akuisisi pelanggan baru dan stabilitas pendapatan bulanan.

B. Saran

1. Riset Merek

   Pengelola dapat melakukan riset merek secara berkala (minimal setiap 6 bulan) untuk memantau perkembangan brand awareness pasca-rebranding, tidak hanya di lingkungan kampus UII tetapi juga memperluas cakupan ke masyarakat umum di sekitar outlet.

2. Logo dan Identitas Visual

Konsistensi penerapan logo baru perlu dijaga di seluruh media, baik kemasan, media sosial, maupun outlet fisik, agar proses transisi dari "Dopa.Ind" ke "Dopamilk" tidak membingungkan pelanggan lama.

3. Pendaftaran Merek

   Pengelola harus melakukan pemantauan pada proses pendaftaran merek di DJKI hingga terbit sertifikat resmi, serta mempertimbangkan pendaftaran hak cipta atas desain logo sebagai perlindungan hukum tambahan.

4. Dasboard Keuangan

   Ke depannya, pengelola disarankan mulai mempertimbangkan migrasi dari Microsoft Excel ke aplikasi pos automation atau software akuntansi UMKM agar proses pelaporan lebih efisien, mengurangi risiko human error, dan dapat menghasilkan laporan secara real-time.Laporan Keuangan

5. Laporan Keuangan

   Mengingat adanya bulan dengan kondisi rugi (Juni 2026), pengelola disarankan melakukan evaluasi rutin terhadap struktur beban operasional, khususnya beban gaji dan beban sewa yang porsinya cukup besar, serta mempertimbangkan strategi peningkatan pendapatan penjualan online dan kerja sama.

6. Kemitraan

   Pengelola harus berusaha untuk lebih aktif memperluas jaringan mitra distribusi ke kantin-kantin institusi pendidikan lain di luar UII, serta menjajaki kerja sama dengan platform atau komunitas kampus lain guna mendorong akuisisi pelanggan baru secara lebih masif.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D. A. (1991). **Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name**. The Free Press.

Aaker, D. A. (1996). **Building strong brands**. The Free Press.

Anik Nurmawati, Eka Safitri, Nyimas Dyah Puspitasari, Tyas Anatasya Febrianti, & Diajeung Suci Rahayu. (2024). Analisis Laporan Perubahan Modal Konsolidasian PT. Dharma Samudera Fishing Industries, Tbk. **Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen**, 3(4), 55–62. https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i4.2897

Anggraini, D., Aryani, D. N., & Prasetyo, I. B. (2021). Analisis implementasi green banking dan kinerja keuangan terhadap profitabilitas bank di Indonesia (2016–2019). **Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika**, 18(2), 141–161.

Ansori, F. (2020). Agama dan Magis sebagai Acuan Masyarakat Muslim dalam Dunia Bisnis di Era Modern. **Jurnal Perintisan Agama Dan Masyarakat**.

Arofah, A. A., & Wirawan, N. B. (2023). Analisis laporan keuangan guna menilai kinerja keuangan PT Campina Ice Cream Industri Tbk. **Jurnal Ekonomika45**, 10(2), 228–238.

Atika Dwi Lestari, K., & Fitriya, E. (2024). Laporan Keuangan Berbasis Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Rekonstruksi Dan Menengah. **Ateku : Jurnal Ilmu Hukum, Ilmu Sosial dan Ekonomi**, 1(2).

Ayuningtyas, A. N. (2024). Analisis Strategi Inovasi dan Pemasaran UMKM di Era Digital. **Jurnal Ekonomi Kreatif**, 15(2), 45-58.

Badan Pusat Statistik. (2023). **Produksi Susu Segar menurut Provinsi - Tabel Statistik – Badan Pusat Statistik Indonesia**.

https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDkzIzI=/produksi-susu-segar-menurut-provinsi.html

Fathonah, S. M., Wati, S. S., & Winarno, A. (2024). Pengembangan UMKM melalui branding dan identitas visual merek untuk meningkatkan jangkauan pemasaran di kawasan Gunung Kawi Malang. **NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat**, 4(1).

Farquhar, P. H. (1989). Managing brand equity. **Marketing Research**, 1(3), 24–33.

Jarmaji. (2024). Waduh! Peternak Sapi Boyolali Buang Puluhan Ton Susu Tiap Hari gegara Tak Laku. **Detik Jateng**. https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-7629029/waduh-peternak-sapi-boyolali-buang-puluhan-ton-susu-tiap-hari-gegara-tak-laku

Kapferer, J.-N. (2012). **The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking** (5th ed.). Kogan Page.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **Journal of Marketing**, 57(1), 1–22. https://doi.org/10.1177/002224299305700101

Lisurur, N. A., & Swasti, I. K. (2024). Desain Logo Untuk Peningkatan Identitas Visual Pada UMKM Lesehan 12 Sirah Kencong. **MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**, 3(2), 153–157. https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i2.278

Marietza, F., & Simbolon, N. K. (2021). Pengaruh inovasi produk dan sosial media terhadap kinerja keuangan perusahaan. **Jurnal Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis**, 9(2), 283–298.

Nandan, S. (2005). An exploration of the brand identity–brand image linkage: A communications perspective. **Journal of Brand Management**, 12(4), 264–278.

Ratni, E., & Lendrawati. (2024). Consumption of Pasteurized Whole Milk Challenges in Padang, Indonesia: Insights from Consumers and Business Perspectives. **Andalasian Livestock**, 1(1), 70–77. https://doi.org/10.25077/alive.v1.n1.p70-77.2024

Riki, M., Rahma Dewi, L., & Thoha Ainun Najib, M. (2024). Analisis Laporan Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. **Journal Islamic Accounting Competency**, 5(2), 42–62.

Rumain, I. A. S., Mardani, R. M., & Wahono, B. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja keuangan pada UMKM Kota Malang. **e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN**, 10(1), 66–80.

Septiani, S., Christi, Rd. F., & Pratama, A. (2023). Evaluasi Sifat Fisik, Kimia dan Mikrobiologi pada Susu Sapi Segar yang Didapat dari Beberapa Kelompok Ternak di KSU Mitra Jaya Mandiri Ciwidey, Kabupaten Bandung. **Jurnal Teknologi Hasil Peternakan**, 4(2), 256–267. https://doi.org/10.24198/jthp.v4i2.52413

Sunardi, D., Wibowo, Y., Mak, T. N., & Wang, D. (2023). Micronutrient intake inadequacies in different types of milk consumers in Indonesian

children 1–5 years: dietary modeling with young child milk improved nutrient intakes. **Frontiers in Nutrition**, 10. https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1169904

Wahyudi, A., Marantika, Y., Imanda, C. A., Jaufani, S. F., & Wijaya, H. T. (2025). Strategi peningkatan kinerja keuangan UMKM melalui digitalisasi akuntansi. **JIEM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen**, 3(3), 36–39.

Wati, R., Tan, F., Games, D., & Ridwan, E. (2023). SMEs Strategies to Improve the Competitiveness of Dairy Products in West Sumatra Province, Indonesia. **American Journal of Animal and Veterinary Sciences**, 18(2), 139–146. https://doi.org/10.3844/ajavsp.2023.139.146

Wibisono, W. A. (2023). Implementasi Penilaian Merek Yang Memiliki Unsur Persamaan Pada Pokoknya di Lingkungan DJKI.

Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. **Journal of Business Research**, 52(1), 1–14. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00098-3

LAMPIRAN

A. Lampiran Dokumentasi Outlet

1. Outlet

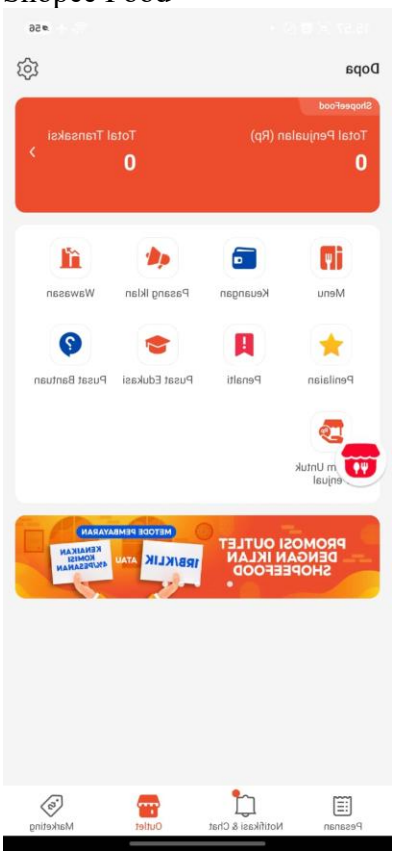




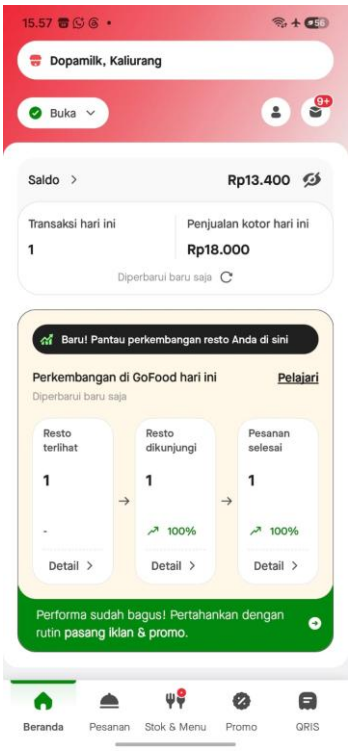
2. Menu



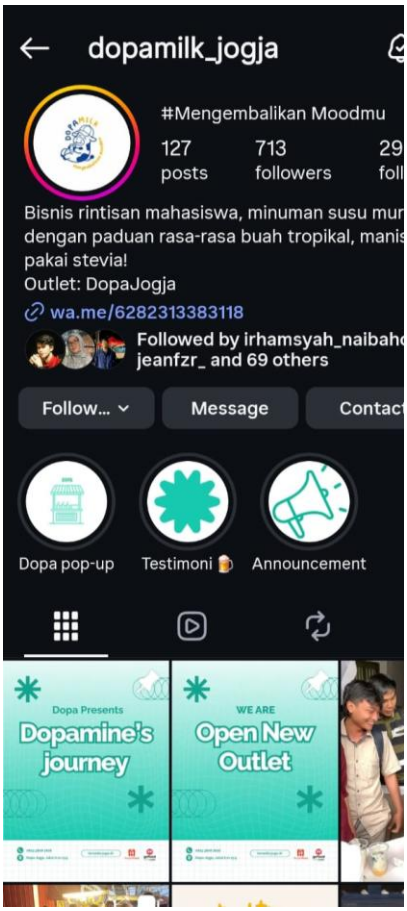
3. Shopee Food



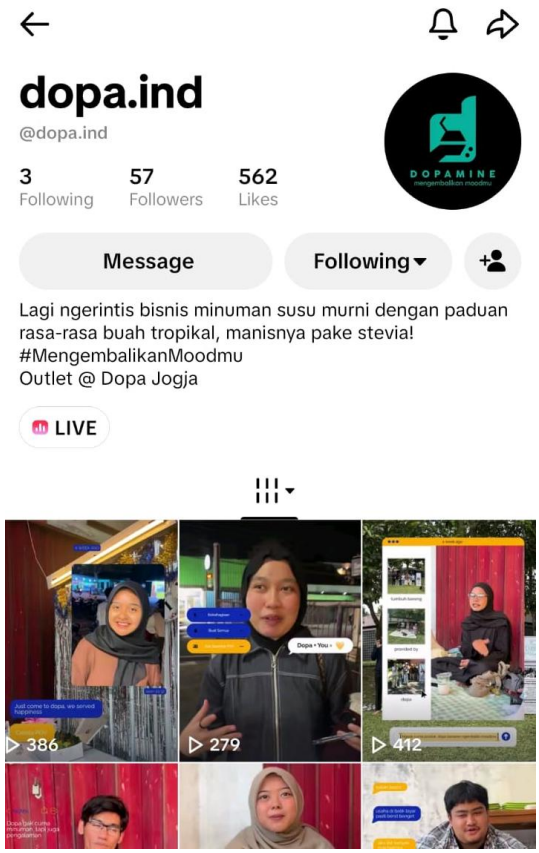
4. Go Food



5. Sosial Media



6. D



B. Lampiran Legalitas dan Perizinan Usaha

1. NIB Dopamilk

PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
LAMPIRAN
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2104250042243

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	56304	Kedai Minuman	NANGRUNG, BESI, Desa/Kelurahan Sukoharjo, Kec. Ngaglik, Kab. Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Kode Pos: 55581 Usaha Mikro berjalan sejak: Juli 2024	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

2. Halal Dopamilk

REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية إندونيسيا

SERTIFIKAT HALAL
(HALAL CERTIFICATE)
شهادة الحلال

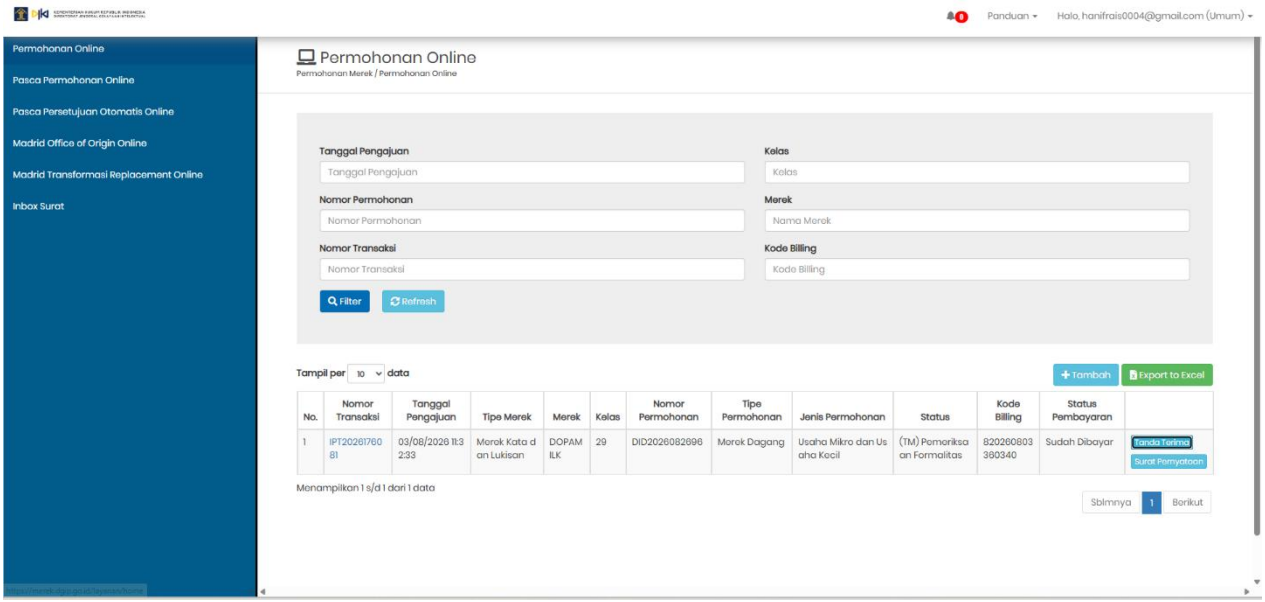
Nomor Sertifikat *Certificate Number*	ID14410030306961025	رقم الشهادة

Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor :
Based on the decree to stipulating halal products of fatwa committee :
على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الدينية لجمهورية اندونيسيا.

KF-SD-202510490997 Tanggal 10 Oktober 2025

Jenis Produk *Type of Product*	Penyediaan makanan dan minuman dengan pengolahan	نوع المنتج
Nama Produk *Name of Product*	-Terlampir / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha *Name of Company*	IRHAMSYAH ALI HIDAYAH NAIBAHO	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha *Company's Address*	JL.ANAS MAAMUNRimba Melintang, ROKAN HILIR, RIAU, -,	عنوان الشركة
Diterbitkan di Jakarta pada *Issued in Jakarta on*	11 Oktober 2025	أصدرت الشهادة بجاكرتا في

3. Pengajuan Merek Dagang



FORMULIR PERMOHONAN PENDAFTARAN MEREK INDONESIA

APPLICATION FORM OF INDONESIAN TRADEMARK REGISTRATION

Data Permohonan (*Application*)			
Nomor Transaksi *Number of Transaction*	: [redacted]	Asal Permohonan *Office of Origin*	: Online Filing
Nomor Permohonan *Number of Application*	: [redacted]	Tipe Permohonan *Type of Application*	: Merek Dagang
Tanggal Penerimaan *Receipt Date*	: 2026-08-03 11:32:33	Jenis Permohonan *Sub Type of Application*	: Usaha Mikro dan Usaha Kecil

Data Merek (*Description of Mark*)		
Tipe Merek *Type of Mark*	: Merek Kata dan Lukisan	Etiket Gambar/Label Merek *Image of Mark*
Nama Referensi Label Merek *Reference Name in Mark Label*	: DOPAMILK	
Deskripsi Description	: Label merek logo berbentuk lingkaran tidak beraturan yang berisi ilustrasi seekor sapi kartun sedang memegang dan meminum segelas susu menggunakan sedotan. Di atas dan bawah ilustrasi sapi terdapat tulisan melengkung "DOPAMILK" dan "mengembalikan moodmu"	

Tanda Tangan Pemohon / Kuasa (*Applicant / Representative Signature*)
(IRHAMSYAH ALI HIDAYAH NAIBAHO)
Tempat dan Tanggal (*Place and Date*) : Jakarta, 03-08-2026

DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM RI
PENGAYOMAN



4. Surat Rekomendasi UMK

PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN

DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH

ꦢꦶꦤꦱ꧀ ꦏꦺꦴꦥꦼꦫꦱꦶ꧇ ꦌꦱꦲ ꦏꦼꦕꦶꦭ꧇ ꦢꦤ꧇ ꦩꦼꦤꦼꦁꦃꦒꦃ

Jalan Parasamya, Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta, 55511
Telepon (0274) 865473, Faksimile (0274) 865473, (0274) 868405 Pesawat 7832
Laman: www.slemankab.go.id, Pos-el: dinkop_ukm@slemankab.go.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: 500.3/0166

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Sutiasih, S.P., M.M.
Jabatan	:	Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman

dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Irhamsyah Ali Hidayah Naibaho
Tempat, tanggal lahir	:	Sisumut, 12 Agustus 2003
Jenis kelamin	:	Laki-Laki
Alamat	:	Dusun Mulya, Kelurahan Aek Batu, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara
Agama	:	Islam
Status	:	Belum Kawin

adalah pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang membuka usaha Food & Baverage (Kedai Minuman) dengan nama "Dopamilk" dengan alamat di Jl. Kaliurang KM. 13.5 No. 9 Dusun Besi RT 005/RW 005, Kelurahan Sukoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Selanjutnya surat keterangan ini digunakan sebagai syarat mengurus Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI - Merk) dengan Kelas 29.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Sleman, 23 Juli 2026

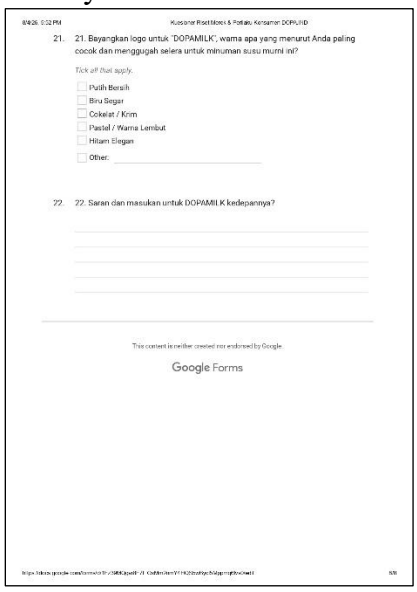
Kepala Dinas Koperasi,
Usaha Kecil dan Menengah

SUTIASIH, S.P., M.M.
Pembina Utama Muda, IV/c
NIP 19670405 199803 2 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

C. Lampiran Riset Merek dan Konsumen (Branding dan PVC)

1. Pertanyaan Kuesioner



8/4/26, 5:52 PM Kuesioner Riset Merek & Perilaku Konsumen DOPA.IND

21. 21. Bayangkan logo untuk "DOPAMILK", warna apa yang menurut Anda paling cocok dan menggugah selera untuk minuman susu murni ini?

Tick all that apply.

- Putih Bersih
- Biru Segar
- Cokelat / Krim
- Pastel / Warna Lembut
- Hitam Elegan
- Other: _____

22. 22. Saran dan masukan untuk DOPAMILK kedepannya?

_____

_____

_____

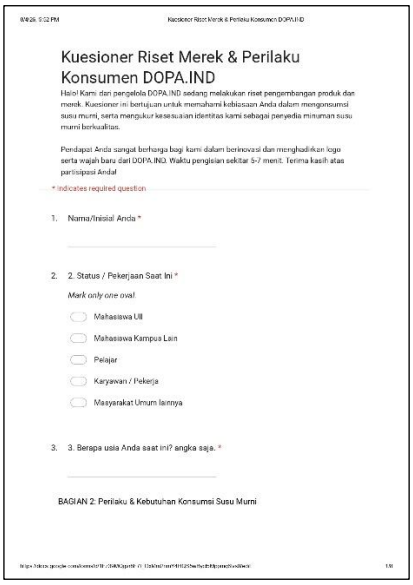
_____

_____

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

https://docs.google.com/forms/d/1Pz3MAQgvRF7I_OeWm2wnY4HQ85wBpcSVIpomo5Vo3Vo/edit 8/8



8/4/26, 5:52 PM Kuesioner Riset Merek & Perilaku Konsumen DOPA.IND

Kuesioner Riset Merek & Perilaku Konsumen DOPA.IND

Halo! Kami dari pengelola DOPA.IND sedang melakukan riset pengembangan produk dan merek. Kuesioner ini bertujuan untuk memahami kebiasaan Anda dalam mengonsumsi susu murni, serta mengukur kesesuaian identitas kami sebagai penyedia minuman susu murni berkualitas.

Pendapat Anda sangat berharga bagi kami dalam berinovasi dan menghadirkan logo serta wajah baru dari DOPA.IND. Waktu pengisian sekitar 5-7 menit. Terima kasih atas partisipasi Anda!

* Indicates required question

1. Nama/Inisial Anda *

_____

2. 2. Status / Pekerjaan Saat Ini *

Mark only one oval.

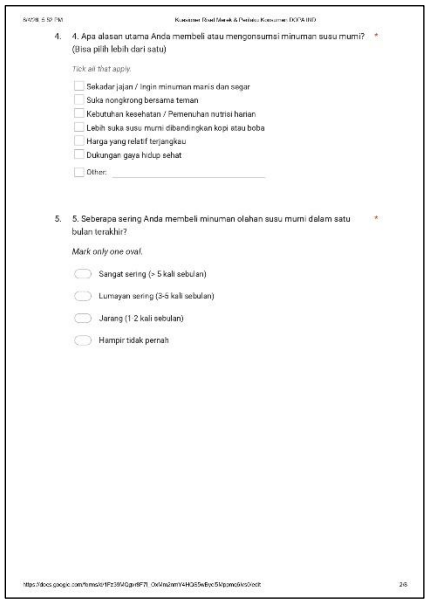
- Mahasiswa UII
- Mahasiswa Kampus Lain
- Pelajar
- Karyawan / Pekerja
- Masyarakat Umum lainnya

3. 3. Berapa usia Anda saat ini? angka saja. *

_____

BAGIAN 2: Perilaku & Kebutuhan Konsumsi Susu Murni

https://docs.google.com/forms/d/1Pz3MAQgvRF7I_OeWm2wnY4HQ85wBpcSVIpomo5Vo3Vo/edit 1/8



8/4/26, 5:52 PM Kuesioner Riset Merek & Perilaku Konsumen DOPA.IND

4. 4. Apa alasan utama Anda membeli atau mengonsumsi minuman susu murni? * (Bisa pilih lebih dari satu)

Tick all that apply.

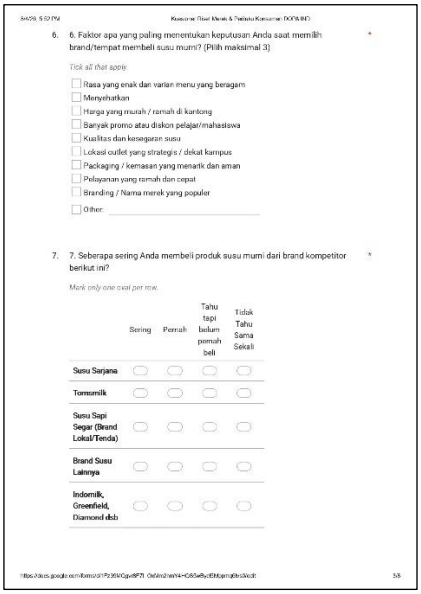
- Sekadar jajan / Ingin minuman manis dan segar
- Suka nongkrong bersama teman
- Kebutuhan kesehatan / Pemenuhan nutrisi harian
- Lebih suka susu murni dibandingkan kopi atau boba
- Harga yang relatif terjangkau
- Dukungan gaya hidup sehat
- Other: _____

5. 5. Seberapa sering Anda membeli minuman olahan susu murni dalam satu bulan terakhir? *

Mark only one oval.

- Sangat sering (> 5 kali sebulan)
- Lumayan sering (3-5 kali sebulan)
- Jarang (1-2 kali sebulan)
- Hampir tidak pernah

https://docs.google.com/forms/d/1Pz3MAQgvRF7I_OeWm2wnY4HQ85wBpcSVIpomo5Vo3Vo/edit 2/8



8/4/26, 5:52 PM Kuesioner Riset Merek & Perilaku Konsumen DOPA.IND

6. 6. Faktor apa yang paling menentukan keputusan Anda saat memilih brand/tempat membeli susu murni? (Pilih maksimal 3) *

Tick all that apply.

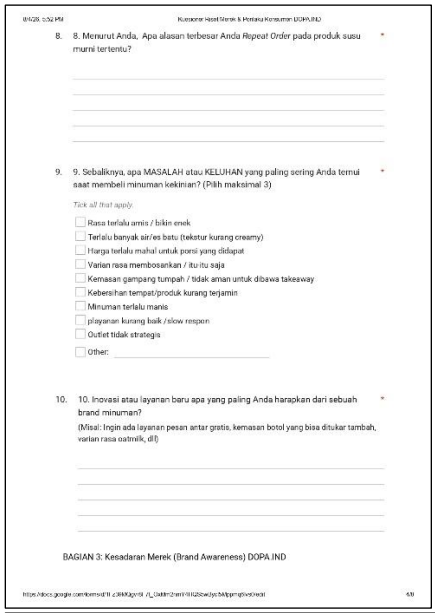
- Rasa yang enak dan varian menu yang beragam
- Menyehatkan
- Harga yang murah / ramah di kantong
- Banyak promo atau diskon pelajar/mahasiswa
- Kualitas dan kesegaran susu
- Lokasi outlet yang strategis / dekat kampus
- Packaging / kemasan yang menarik dan aman
- Pelayanan yang ramah dan cepat
- Branding / Nama merek yang populer
- Other: _____

7. 7. Seberapa sering Anda membeli produk susu murni dari brand kompetitor berikut ini? *

Mark only one oval per row.

	Sering	Pernah	Tahu tapi belum pernah beli	Tidak Tahu Sama Sekali
Susu Sarjana	◯	◯	◯	◯
Tomumilk	◯	◯	◯	◯
Susu Sapi Segar (Brand Lokal/Tenda)	◯	◯	◯	◯
Brand Susu Lainnya	◯	◯	◯	◯
Indomilk, Greenfield, Diamond dsb	◯	◯	◯	◯

https://docs.google.com/forms/d/1Pz3MAQgvRF7I_OeWm2wnY4HQ85wBpcSVIpomo5Vo3Vo/edit 3/8



8. 8. Menurut Anda, Apa alasan terbesar Anda *Repeat Order* pada produk susu murni tertentu? *

9. 9. Sebaliknya, apa MASALAH atau KELUHAN yang paling sering Anda temui saat membeli minuman kekinian? (Pilih maksimal 3) *

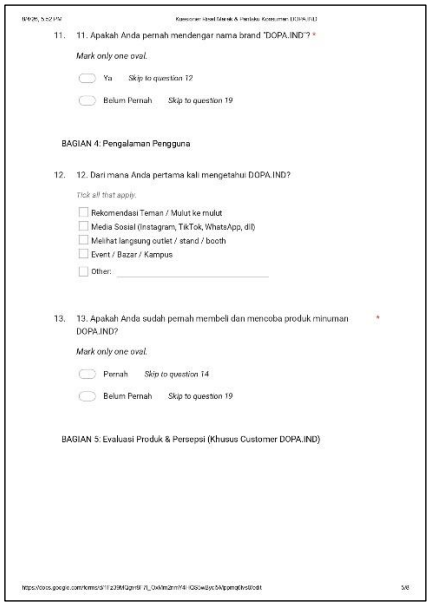
Tick all that apply.

- Rasa terlalu amis / bikin enek
- Terlalu banyak air/es batu (tekstur kurang creamy)
- Harga terlalu mahal untuk porsi yang didapat
- Varian rasa membosankan / itu itu saja
- Kemasan gampang tumpah / tidak aman untuk dibawa takeaway
- Kebersihan tempat/produk kurang terjamin
- Minuman terlalu manis
- pelayanan kurang baik / slow respon
- Outlet tidak strategis
- Other:

10. 10. Inovasi atau layanan baru apa yang paling Anda harapkan dari sebuah brand minuman? *

(Misal: Ingin ada layanan pesan antar gratis, kemasan botol yang bisa ditukar tambah, varian rasa oatmilk, dll)

BAGIAN 3: Kesadaran Merek (Brand Awareness) DOPA.IND



11. 11. Apakah Anda pernah mendengar nama brand "DOPA.IND"? *

Mark only one oval.

- Ya *Skip to question 12*
- Belum Pernah *Skip to question 19*

BAGIAN 4: Pengalaman Pengguna

12. 12. Dari mana Anda pertama kali mengetahui DOPA.IND?

Tick all that apply.

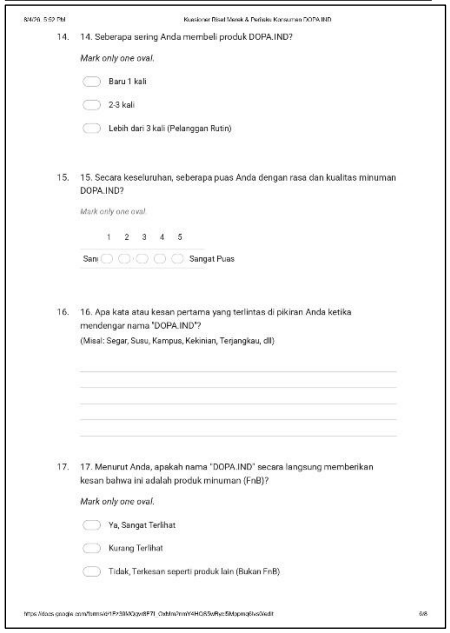
- Rekomendasi Teman / Mulut ke mulut
- Media Sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp, dll)
- Melihat langsung outlet / stand / booth
- Event / Bazar / Kampus
- Other:

13. 13. Apakah Anda sudah pernah membeli dan mencoba produk minuman DOPA.IND? *

Mark only one oval.

- Pernah *Skip to question 14*
- Belum Pernah *Skip to question 19*

BAGIAN 5: Evaluasi Produk & Persepsi (Khusus Customer DOPA.IND)



14. 14. Seberapa sering Anda membeli produk DOPA.IND?

Mark only one oval.

- Baru 1 kali
- 2-3 kali
- Lebih dari 3 kali (Pelanggan Rutin)

15. 15. Secara keseluruhan, seberapa puas Anda dengan rasa dan kualitas minuman DOPA.IND?

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sari ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Puas

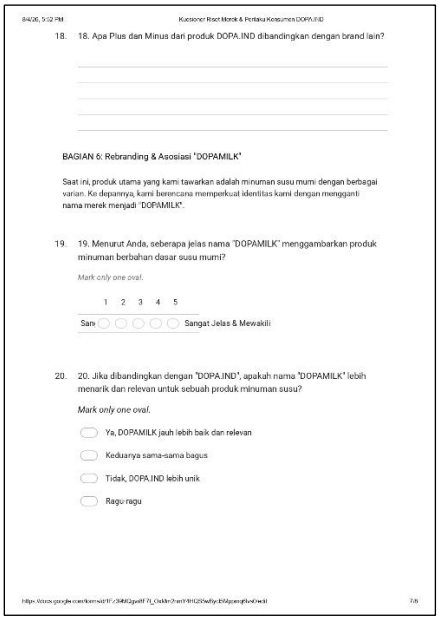
16. 16. Apa kata atau kesan pertama yang terlintas di pikiran Anda ketika mendengar nama "DOPA.IND"?

(Misal: Segar, Susu, Kampus, Kekinian, Terjangkau, dll)

17. 17. Menurut Anda, apakah nama "DOPA.IND" secara langsung memberikan kesan bahwa ini adalah produk minuman (FnB)?

Mark only one oval.

- Ya, Sangat Terlihat
- Kurang Terlihat
- Tidak, Terkesan seperti produk lain (Bukan FnB)



18. 18. Apa Plus dan Minus dari produk DOPA.IND dibandingkan dengan brand lain?

BAGIAN 6: Rebranding & Asosiasi "DOPAMILK"

Saat ini, produk utama yang kami tawarkan adalah minuman susu murni dengan berbagai varian. Ke depannya, kami berencana memperkuat identitas kami dengan mengganti nama merek menjadi "DOPAMILK".

19. 19. Menurut Anda, seberapa jelas nama "DOPAMILK" menggambarkan produk minuman berbahan dasar susu murni?

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

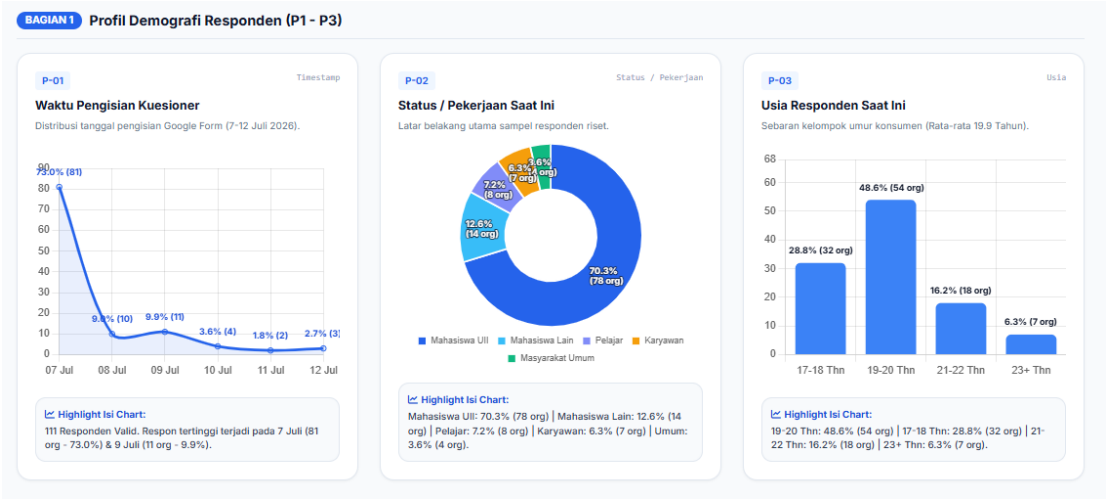
Sari ○ ○ ○ ○ ○ Sangat Jelas & Mewakili

20. 20. Jika dibandingkan dengan "DOPA.IND", apakah nama "DOPAMILK" lebih menarik dan relevan untuk sebuah produk minuman susu?

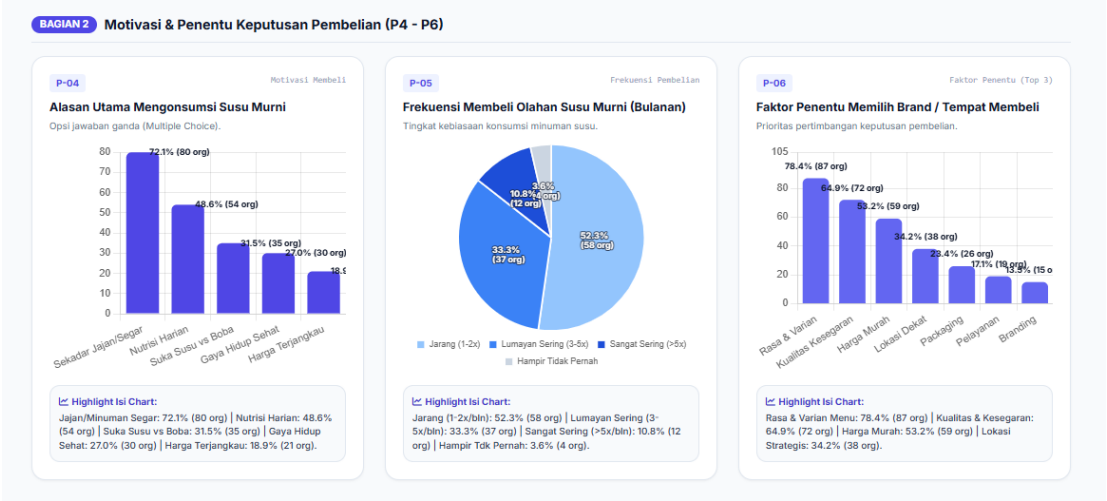
Mark only one oval.

- Ya, DOPAMILK jauh lebih baik dan relevan
- Keduanya sama-sama bagus
- Tidak, DOPA.IND lebih unik
- Ragu ragu

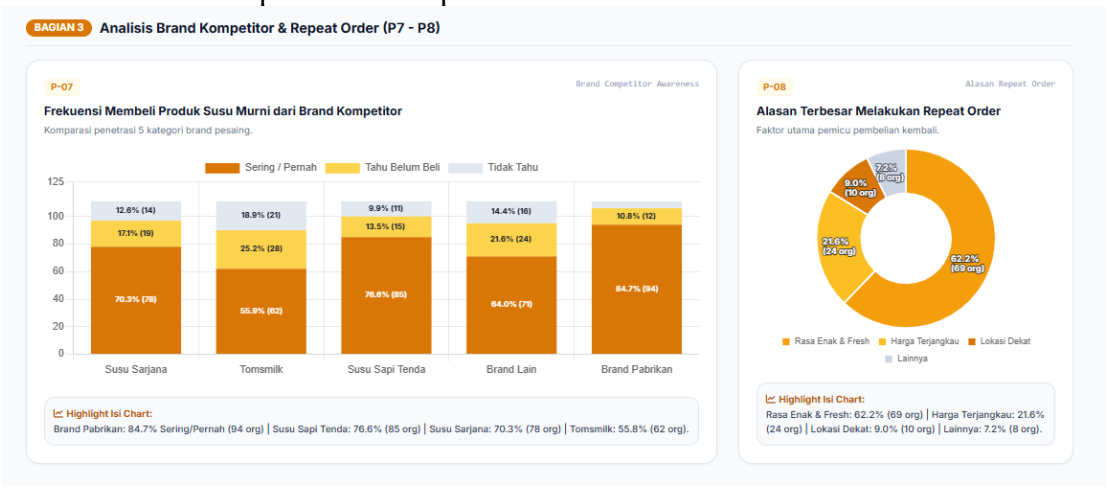
2. Hasil Kuesioner
   a. Profil Demografi Responden



b. Motivasi dan Keputusan Pembelian



c. Analisis Brand kompetitor dan Repeat Order



d. Masalah Pelanggan dan Harapan Inovasi

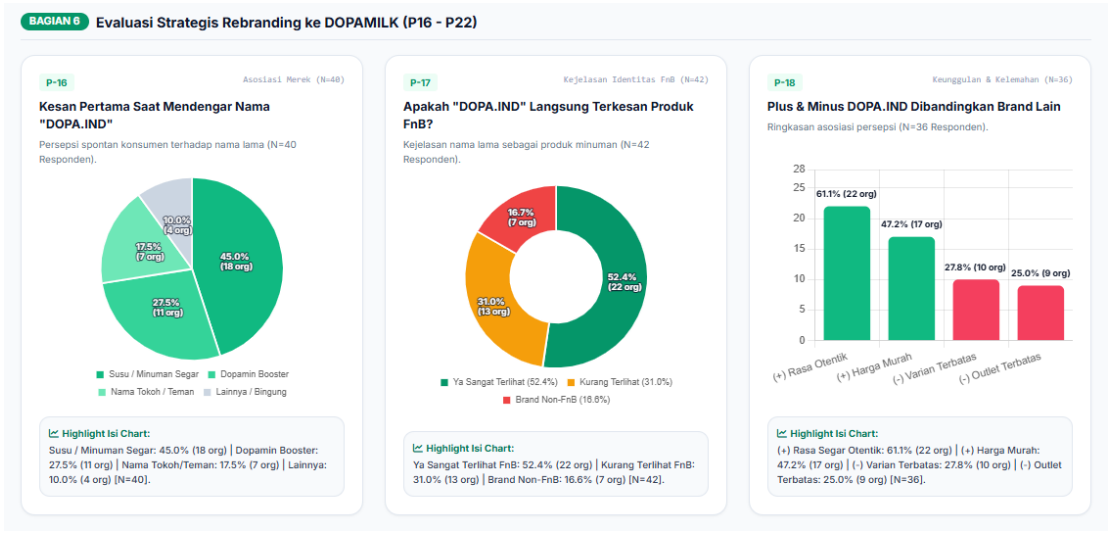


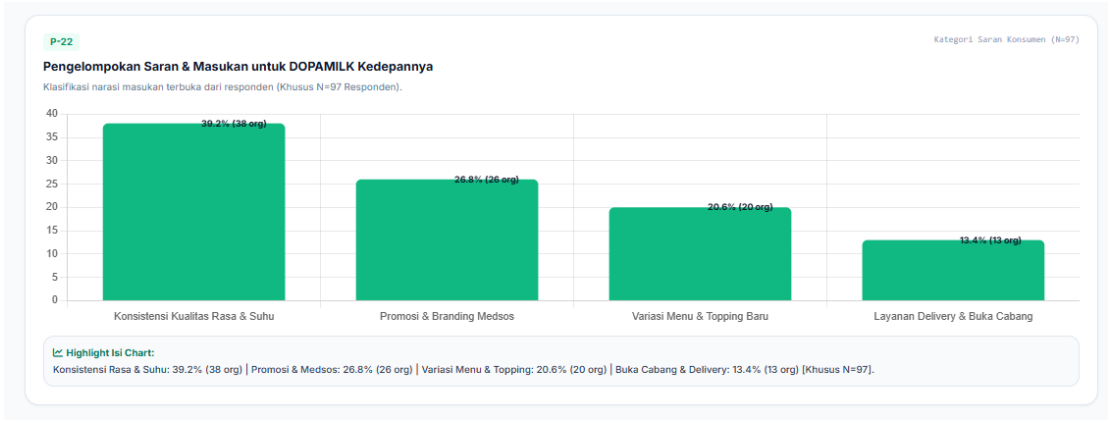
e. Kesadaran dan Evaluasi produk DOPA.IND





f. Evaluasi Strategis Rebranding ke DOPAMILK





3. Sketsa Logo baru dan Logo Baru




DOPAMILK
mengembalikan moodmu


DOPAMILK
mengembalikan moodmu

D. Lampiran Dokumentasi Operasional, Produksi, dan Harga Pokok Penjualan (HPP)

DOPAMILK — HPP & MARGIN PER VARIAN

Kolom takaran & harga jual (BIRU) bisa diubah. Kolom rincian biaya per bahan b

Target Maks H: 30%

No	Kategori	Varian	Jenis Cup	TOTAL HPP (Rp)	Harga Jual (Rp)	HPP (%)	Margin (Rp)	Margin (%)	Status
1	Reguler	Signature Mango Mood	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
2	Large	Signature Mango Mood	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
3	Reguler	Signature Grape Joy	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
4	Large	Signature Grape Joy	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
5	Reguler	Signature Strawberry	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
6	Large	Signature Strawberry	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
7	Reguler	Signature Lychee Lush	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
8	Large	Signature Lychee Lush	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
9	Reguler	Signature Guava Bliss	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
10	Large	Signature Guava Bliss	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
11	Reguler	Signature Coco Delight	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
12	Large	Signature Coco Delight	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
13	Reguler	Signature Orange Splash	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
14	Large	Signature Orange Splash	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
15	Reguler	Signature Milky Orange	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
16	Large	Signature Milky Orange	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
17	Reguler	Signature Green Glee	Cup 16oz	3.620	10.000	36,2%	6.380	63,8%	Tinggi
18	Large	Signature Green Glee	Cup 18oz	4.126	12.000	34,4%	7.874	65,6%	Tinggi
19	Reguler	Matcha Mild Reguler	Cup 16oz	4.592	18.000	25,5%	13.408	74,5%	Sedang
20	Large	Matcha Mild Large	Cup 18oz	5.516	20.000	27,6%	14.484	72,4%	Sedang
21	Reguler	Matcha Soft Reguler	Cup 16oz	4.208	15.000	28,1%	10.792	71,9%	Sedang
22	Large	Matcha Soft Large	Cup 18oz	5.132	17.000	30,2%	11.868	69,8%	Tinggi
23	Reguler	Taro Reguler	Cup 16oz	5.040	18.000	28,0%	12.960	72,0%	Sedang
24	Large	Taro Large	Cup 18oz	5.516	20.000	27,6%	14.484	72,4%	Sedang
25	Reguler	Original Reguler	Cup 16oz	2.244	9.000	24,9%	6.756	75,1%	Sedang
26	Large	Original Large	Cup 18oz	2.456	10.000	24,6%	7.544	75,4%	Sedang
27	Reguler	Red Velvet Reguler	Cup 16oz	6.420	18.000	35,7%	11.580	64,3%	Tinggi
28	Large	Red Velvet Large	Cup 18oz	7.516	20.000	37,6%	12.484	62,4%	Tinggi
29	Salman 14oz	Salman Manggo Mood 14oz	Cup 14oz	2.961	7.000	42,3%	4.039	57,7%	Tinggi
30	Salman 14oz	Salman Grape Joy 14oz	Cup 14oz	2.961	7.001	42,3%	4.040	57,7%	Tinggi
31	Salman 14oz	Salman Strawberry 14oz	Cup 14oz	2.961	7.002	42,3%	4.041	57,7%	Tinggi
32	Salman 14oz	Salman Lychee Lush 14oz	Cup 14oz	2.961	7.003	42,3%	4.042	57,7%	Tinggi
33	Salman 14oz	Salman Guava Bliss 14oz	Cup 14oz	2.961	7.004	42,3%	4.043	57,7%	Tinggi
34	Salman 14oz	Salman Coco Delight 14oz	Cup 14oz	2.961	7.005	42,3%	4.044	57,7%	Tinggi
35	Salman 14oz	Salman Orange Splash 14oz	Cup 14oz	2.961	7.006	42,3%	4.045	57,7%	Tinggi
36	Salman 14oz	Salman Milky Orange 14oz	Cup 14oz	2.961	7.007	42,3%	4.046	57,7%	Tinggi
37	Salman 14oz	Salman Green Glee 14oz	Cup 14oz	2.961	7.008	42,3%	4.047	57,7%	Tinggi
38	Satu Liter	Dopamilk 1 Liter	Botol 1 Liter	15.725	25.000	62,9%	9.275	37,1%	Tinggi
39	Reguler	Kopi Aren Latte	Cup 16oz	6.172	18.000	34,3%	11.828	65,7%	Tinggi
RATA-RATA / TOTAL SEMUA VARIAN				4.279	12.027	36%	7.747	64%	
RATA-RATA / TOTAL Tanpa Salman dan Dopamilk 1 lite				4.294	13.138	33%	8.844	67%	

Menu	Juli 2026																																					TOTAL		
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		12		13		14		15		16		17		18		19		20		21		22		23		24		25		26		27		28		29		30		31				
Size	R	L	R	L	R	L

SALMAN													
1		2		3		4		5		TOTAL PRODUKSI	TOTAL TERJUAL	TOTAL Cash	
Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	Tue	Sat	End	End	Rupiah	
4	4	4	4							16	16	Rp	104.000
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
3	3	3	3							12	12	Rp	78.000
4	4	4	4							16	16	Rp	104.000
3	3	3	3							12	9	Rp	78.000
2	2	2	2							8	8	Rp	52.000
1	1	1	1							4	4	Rp	26.000
2	2	2	2							8	6	Rp	52.000
										0	0	Rp	-
1	1	1	1							4	4	Rp	26.000
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
										0	0	Rp	-
20	20	20	20	0	0	0	0	0	0	80	75	Rp	560.000

No	Tanggal Beli		JULI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Total Akhir Bulan	Total Penjualan	Total Stok Akhir Bulan
	Item	Satuan																			Kuantitas																
1	Cup 18oz	pcs	1.723			1.711																													1.711		
2	Cup 16oz	pcs	934			882																													882		
3	Cup 14oz	pcs	251			251																													251		
4	Botol 1 Liter	pcs	10			10																													10		
5	Sealer	pcs	96			30																													30		
6	Sedotan	pcs	186			223																													123		
7	Susu Murni	ml	10105			2000																													2000		
8	SKM	ml	18335			17150																													17150		
9	Powder Matcha	gr	257			190																													190		
10	Powder Taro	gr	680			680																													680		
11	Powder Red Velvet	gr	255			160																													160		
12	Creamer	gr	1369			1340																													1340		
13	Creamchees	gr	0			0						1000																							1000		
14	Kopi Ekstrak	gr	149			143																													143		
15	Aren Sirup	ml	415			400																													400		
16	Powder Mango Mood	gr	0			407																													407		
17	Powder Strawberry	gr	265			265																													265		
18	Powder Grape joy	gr	60			60																													60		
19	Powder Lychee Lush	gr	113			113																													0		
20	Powder Guava Bliss	gr	318			318																													0		
21	Powder Coco Delight	gr	402			402																													402		
22	Powder Orange Splash	gr	411			411																													0		
23	Powder Milky Orange	gr	175			175																													0		
24	Powder Green Glee	gr	381			381																													0		
25	Total Powder Signature	gr	1744			2152																													2152		
26	Cup 16oz Biasa	pcs	78			70																													70		

No	Tanggal Beli		JULI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	Rata-Rata Harga Akhir Bulan	Harga Awal Bulan	Harga Yang dipakai di Akuntansi
	Item	Satuan																			Harga																	
1	Cup 18oz	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
2	Cup 16oz	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
3	Cup 14oz	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
4	Botol 1 Liter	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
5	Sealer	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
6	Sedotan	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo
7	Susu Murni	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
8	SKM	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
9	Powder Matcha	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
10	Powder Taro	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
11	Powder Red Velvet	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
12	Creamer	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
13	Creamchees	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
14	Kopi Ekstrak	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
15	Aren Sirup	ml																																	Rpo	Rpo	Rpo
16	Powder Mango Mood	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
17	Powder Strawberry	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
18	Powder Grape joy	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
19	Powder Lychee Lush	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
20	Powder Guava Bliss	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
21	Powder Coco Delight	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
22	Powder Orange Splash	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
23	Powder Milky Orange	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
24	Powder Green Glee	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
25	Total Powder Signature	gr																																	Rpo	Rpo	Rpo
26	Cup 16oz Biasa	pcs																																	Rpo	Rpo	Rpo

Persediaan bahan Baku Langsung / HPP						
No	Item	Harga Beli	Qty	Satuan	Harga Akhir	Harga Penyesuaian HPP
1	Cup 18oz	Rp416.000	1000	pcs	Rp416,00	Rp458,00
2	Cup 16oz	Rp442.000	1000	pcs	Rp442,00	Rp486,00
3	Cup 14oz	Rp13.000	50	pcs	Rp260,00	Rp286,00
4	Sealer	Rp32.000	1200	pcs	Rp26,67	Rp30,00
5	Susu Murni	Rp10.000	1000	ml	Rp10,00	Rp12,00
6	SKM	Rp12.300	490	ml	Rp25,10	Rp28,00
7	Powder Matcha	Rp69.000	1000	gr	Rp69,00	Rp76,00
8	Powder Taro	Rp69.000	1000	gr	Rp69,00	Rp76,00
9	Powder Signature	Rp13.500	110	gr	Rp122,73	Rp135,00
10	Powder Red Velvet	Rp69.000	1000	gr	Rp69,00	Rp76,00
11	Kopi Ekstrak	Rp74.800	180	gr	Rp415,56	Rp458,00
12	Creamer	Rp33.000	1000	gr	Rp33,00	Rp36,00
13	Creamchees	Rp120.000	1000	gr	Rp120,00	Rp132,00
14	Aren Sirup	Rp28.000	600	ml	Rp46,67	Rp52,00
15	Sedotan	Rp11.000	250	pcs	Rp44,00	Rp48,00
16	Botol 1 Liter	Rp114.500	20	pcs	Rp5.725,00	Rp5.725,00

E. Lampiran Dashboard Keuangan Excel

1. Jurnal Umum

Jurnal Umum
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

				Rp 14.600.866	Rp 14.600.866,00
				BALANCE	

No	Tanggal	Nama Akun	No Akun	Debit	Kredit
1	01/07/2026	Persediaan	1130	Rp 300.000	
2	01/07/2026	Utang Usaha	2200		Rp 300.000
3	02/07/2026	Beban Sewa	5280	Rp 210.000	
4	02/07/2026	Bank	1120		Rp 210.000
5	02/07/2026	Beban Administrasi	5220	Rp 688	
6	02/07/2026	Bank	1120		Rp 688
7	02/07/2026	Beban Bahan Habis Pakai	5210	Rp 190.000	
8	02/07/2026	Bank	1120		Rp 190.000
9	02/07/2026	Beban Akomodasi dan Konsumsi	5230	Rp 45.500	
10	02/07/2026	Bank	1120		Rp 45.500
11	06/07/2026	Persediaan	1130	Rp 184.284	
12	06/07/2026	Bank	1120		Rp 184.284
13	06/07/2026	Persediaan	1130	Rp 95.535	
14	06/07/2026	Bank	1120		Rp 95.535
15	06/07/2026	Beban Administrasi	5220	Rp 110	
16	06/07/2026	Bank	1120		Rp 110
17	06/07/2026	Persediaan	1130	Rp 116.690	
18	06/07/2026	Bank	1120		Rp 116.690
19	06/07/2026	Beban Bahan Habis Pakai	5210	Rp 20.000	
20	06/07/2026	Utang Usaha	2200		Rp 20.000
21	06/07/2026	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	5270	Rp 14.000	
22	06/07/2026	Utang Usaha	2200		Rp 14.000
23	06/07/2026	Utang Usaha	2200	Rp 34.000	
24	06/07/2026	Beban Administrasi	5220	Rp 326	
25	06/07/2026	Bank	1120		Rp 34.326
26	06/07/2026	Beban Sewa	5280	Rp 695.000	
27	06/07/2026	Bank	1120		Rp 695.000
28	08/07/2026	Beban Bahan Habis Pakai	5210	Rp 34.000	
29	08/07/2026	Utang Usaha	2200		Rp 34.000
30	08/07/2026	Utang Usaha	2200	Rp 34.000	
31	08/07/2026	Kas	1110		Rp 34.000

2. Buku Besar

Buku Besar Dopamilk							
Perusahaan DOPAMILK							
Jul-26							
Kas				Rp	3.398.400	Rp	1.885.500
No	Tanggal	Nama Akun	No Akun	Debit		Kredit	
31	8 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	34.000
37	8 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
39	9 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	400.000
41	9 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	300.000
43	8 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	37.000
45	9 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	10.000
55	11 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	51.000
57	11 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	14.500
58	11 Jul 2026	Kas	1110	Rp	69.000	Rp	-
73	15 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	50.000
75	16 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	300.000
89	21 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	100.000
95	22 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	10.000
99	24 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	300.000
107	26 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	22.000
108	21 Jul 2026	Kas	1110	Rp	238.000	Rp	-
111	21 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	14.000
113	11 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
115	15 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
117	20 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
119	28 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
121	9 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	5.000
136	28 Jul 2026	Kas	1110	Rp	225.000	Rp	-
146	29 Jul 2026	Kas	1110	Rp	979.000	Rp	-
210	31 Jul 2026	Kas	1110	Rp	12.000	Rp	-
216	31 Jul 2026	Kas	1110	Rp	150.000	Rp	-
219	31 Jul 2026	Kas	1110	Rp	-	Rp	213.000
1	1 Jul 2026	Kas	1110	Rp	1.725.400	Rp	-

Buku Besar Dopamilk
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Bank				Rp	14.714.455	Rp	4.458.938
No	**Tanggal**	**Nama Akun**	**No Akun**	**Debit**		**Kredit**	
4	2 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	210.000
6	2 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	688
8	2 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	190.000
10	2 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	45.500
12	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	184.284
14	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	95.535
16	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	110
18	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	116.690
25	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	34.326
27	6 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	695.000
33	8 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	200.000
35	8 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	829
44	9 Jul 2026	Bank	1120	Rp	10.000	Rp	-
61	14 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	222.000
63	14 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	200.000
65	13 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	311.000
67	14 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	1.326
72	15 Jul 2026	Bank	1120	Rp	50.000	Rp	-
83	19 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	114.500
85	19 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	80.500
97	23 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	293.774
101	26 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	2.000
103	26 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	500
105	26 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	23.000
123	28 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	2.250
129	29 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	1.175.000
131	29 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	326
133	29 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	28.000
135	29 Jul 2026	Bank	1120	Rp	-	Rp	9.800
138	3 Jul 2026	Bank	1120	Rp	13.400	Rp	-
140	15 Jul 2026	Bank	1120	Rp	13.400	Rp	-
142	22 Jul 2026	Bank	1120	Rp	13.400	Rp	-
144	27 Jul 2026	Bank	1120	Rp	30.000	Rp	-
148	1 Jul 2026	Bank	1120	Rp	292.000	Rp	-
150	2 Jul 2026	Bank	1120	Rp	324.000	Rp	-
152	3 Jul 2026	Bank	1120	Rp	153.600	Rp	-

Buku Besar Dopamilk
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Sea Bank				Rp	578.581	Rp	-
No	**Tanggal**	**Nama Akun**	**No Akun**	**Debit**		**Kredit**	
124	29 Jul 2026	Sea Bank	1121	Rp	966	Rp	-
126	29 Jul 2026	Sea Bank	1121	Rp	163.459	Rp	-
212	31 Jul 2026	Sea Bank	1121	Rp	77	Rp	-
214	31 Jul 2026	Sea Bank	1121	Rp	14.352	Rp	-
3	1 Jul 2026	Sea Bank	1121	Rp	399.727	Rp	-

Buku Besar Dopamilk							
Perusahaan DOPAMILK							
Jul-26							
Persediaan				Rp	4.930.751	Rp	-
No	Tanggal	Nama Akun	No Akun	Debit		Kredit	
1	1 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	300.000	Rp	-
11	6 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	184.284	Rp	-
13	6 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	95.535	Rp	-
17	6 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	116.690	Rp	-
40	9 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	300.000	Rp	-
46	9 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	87.000	Rp	-
50	10 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	184.000	Rp	-
54	11 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	51.000	Rp	-
68	15 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	172.894	Rp	-
74	16 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	300.000	Rp	-
76	18 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	49.980	Rp	-
80	19 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	92.900	Rp	-
98	24 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	300.000	Rp	-
132	29 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	28.000	Rp	-
134	29 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	9.800	Rp	-
4	1 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	2.658.668	Rp	-

3. Neraca Saldo

Neraca Saldo Sebelum Penyesuaian
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

No Akun	Nama Akun	Transaksi Sementara				Saldo			
		Debit		Kredit		Debit		Kredit	
1110	Kas	Rp	3.398.400	Rp	1.885.500	Rp	1.512.900	Rp	-
1120	Bank	Rp	14.714.455	Rp	4.458.938	Rp	10.255.517	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	578.581	Rp	-	Rp	578.581	Rp	-
1130	Persediaan	Rp	4.930.751	Rp	-	Rp	4.930.751	Rp	-
1140	Piutang Usaha	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000	Rp	-	Rp	5.300.000	Rp	-
1220	Inventaris	Rp	1.215.321	Rp	-	Rp	1.215.321	Rp	-
1230	Peralatan	Rp	4.230.030	Rp	-	Rp	4.230.030	Rp	-
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	Rp	-	Rp	3.334.260	Rp	-	Rp	3.334.260
2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	0	Rp	-	Rp	0	Rp	-
2200	Utang Usaha	Rp	1.195.774	Rp	1.195.774	Rp	-	Rp	-
3110	Modal Investor	Rp	-	Rp	10.000.000	Rp	-	Rp	10.000.000
3120	Modal Usaha	Rp	-	Rp	3.327.862	Rp	-	Rp	3.327.862
3200	Laba Ditahan	Rp	-	Rp	8.112.679	Rp	-	Rp	8.112.679
3300	Prive	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-
3999	Ikhtisar Laba/Rugi	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansur	Rp	-	Rp	6.229.600	Rp	-	Rp	6.229.600
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	-	Rp	248.011	Rp	-	Rp	248.011
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	-	Rp	463.000	Rp	-	Rp	463.000
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	-	Rp	69.000	Rp	-	Rp	69.000
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	-	Rp	1.043	Rp	-	Rp	1.043
5100	Beban HPP	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	370.000	Rp	150.000	Rp	220.000	Rp	-
5220	Beban Administrasi	Rp	8.355	Rp	-	Rp	8.355	Rp	-
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	485.500	Rp	-	Rp	485.500	Rp	-
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	1.375.000	Rp	-	Rp	1.375.000	Rp	-
5250	Beban Marketing	Rp	249.000	Rp	-	Rp	249.000	Rp	-
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	14.000	Rp	-	Rp	14.000	Rp	-
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	70.500	Rp	-	Rp	70.500	Rp	-
5280	Beban Sewa	Rp	905.000	Rp	-	Rp	905.000	Rp	-
5290	Beban Penyusutan	Rp	-	Rp	-	Rp	-	Rp	-
6100	Beban Lainnya	Rp	435.000	Rp	-	Rp	435.000	Rp	-
Total		Rp	39.475.667	Rp	39.475.667	Rp	31.785.455	Rp	31.785.455
		BALANCE				**BALANCE**			

4. Jurnal Penyesuaian

Jurnal Penyesuaian
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Tanggal	Nama Akun	No Akun	Debit		Kredit	
31 Jul 2026	Beban HPP	5100	Rp	2.230.570	Rp	-
31 Jul 2026	Persediaan	1130	Rp	-	Rp	2.230.570
31 Jul 2026	Beban Penyusutan	5290	Rp	285.229	Rp	-
31 Jul 2026	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	1299	Rp	-	Rp	285.229
31 Jul 2026	#N/A		Rp	-	Rp	-
31 Jul 2026	#N/A		Rp	-	Rp	-
31 Jul 2026	#N/A		Rp	-	Rp	-
31 Jul 2026	#N/A		Rp	-	Rp	-
TOTAL			**Rp**	**2.515.799**	**Rp**	**2.515.799**

5. Neraca Lajur

Neraca Lajur
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

No Akun	Nama Akun	Neraca Saldo		Jurnal Penyesuaian		Neraca Saldo Setelah Penyesuaian		Laba Rugi		Neraca	
		Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit
1110	Kas	Rp 1.512.900	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.512.900	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.512.900	Rp -
1120	Bank	Rp 10.255.517	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.255.517	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.255.517	Rp -
1121	Sea Bank	Rp 578.581	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 578.581	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 578.581	Rp -
1130	Persediaan	Rp 4.930.751	Rp -	Rp -	Rp 2.230.570	Rp 2.700.181	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 2.700.181	Rp -
1140	Piutang Usaha	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
1210	Booth Kontainer	Rp 5.300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.300.000	Rp -
1220	Inventaris	Rp 1.215.321	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.215.321	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.215.321	Rp -
1230	Peralatan	Rp 4.230.030	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 4.230.030	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 4.230.030	Rp -
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	Rp -	Rp 3.334.260	Rp -	Rp 285.229	Rp -	Rp 3.619.489	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.619.489
2100	Utang Gaji Karyawan	Rp 0	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 0	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 0	Rp -
2200	Utang Usaha	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3110	Modal Investor	Rp -	Rp 10.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.000.000
3120	Modal Usaha	Rp -	Rp 3.327.862	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.327.862	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.327.862
3200	Laba Ditahan	Rp -	Rp 8.112.679	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 8.112.679	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 8.112.679
3300	Prive	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3999	Ikhtisar Laba/Rugi	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp -	Rp 6.229.600	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 6.229.600	Rp -	Rp 6.229.600	Rp -	Rp -
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp -	Rp 248.011	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 248.011	Rp -	Rp 248.011	Rp -	Rp -
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp -	Rp 463.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 463.000	Rp -	Rp 463.000	Rp -	Rp -
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp -	Rp 69.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 69.000	Rp -	Rp 69.000	Rp -	Rp -
4900	Pendapatan Lainnya	Rp -	Rp 1.043	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.043	Rp -	Rp 1.043	Rp -	Rp -
5100	Beban HPP	Rp -	Rp -	Rp 2.230.570	Rp -	Rp 2.230.570	Rp -	Rp 2.230.570	Rp -	Rp -	Rp -
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp 220.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 220.000	Rp -	Rp 220.000	Rp -	Rp -	Rp -
5220	Beban Administrasi	Rp 8.355	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 8.355	Rp -	Rp 8.355	Rp -	Rp -	Rp -
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp 485.500	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 485.500	Rp -	Rp 485.500	Rp -	Rp -	Rp -
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp 1.375.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.375.000	Rp -	Rp 1.375.000	Rp -	Rp -	Rp -
5250	Beban Marketing	Rp 249.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 249.000	Rp -	Rp 249.000	Rp -	Rp -	Rp -
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp 14.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 14.000	Rp -	Rp 14.000	Rp -	Rp -	Rp -
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp 70.500	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 70.500	Rp -	Rp 70.500	Rp -	Rp -	Rp -
5280	Beban Sewa	Rp 905.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 905.000	Rp -	Rp 905.000	Rp -	Rp -	Rp -
5290	Beban Penyusutan	Rp -	Rp -	Rp 285.229	Rp -	Rp 285.229	Rp -	Rp 285.229	Rp -	Rp -	Rp -
6100	Beban Lainnya	Rp 435.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 435.000	Rp -	Rp 435.000	Rp -	Rp -	Rp -
	TOTAL	Rp 31.785.455	Rp 31.785.455	Rp 2.515.799	Rp 2.515.799	Rp 32.070.685	Rp 32.070.685	Rp 6.278.154	Rp 7.010.654	Rp 25.792.530	Rp 25.060.031
								Rp (732.500)			Rp 732.500

6. Jurnal Penutup

Jurnal Penutup
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Tanggal	Nama Akun	No Akun	Debit	Kredit
31 Jul 2026	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	4110	Rp 6.229.600	Rp -
31 Jul 2026	Pendapatan Penjualan Online	4120	Rp 248.011	Rp -
31 Jul 2026	Pendapatan Penjualan Kerjasama	4130	Rp 463.000	Rp -
31 Jul 2026	Pendapatan Penjualan Tenant	4140	Rp 69.000	Rp -
31 Jul 2026	Pendapatan Lainnya	4900	Rp 1.043	Rp -
31 Jul 2026	Ikhtisar Laba/Rugi	3999	Rp -	Rp 7.010.654
31 Jul 2026	Ikhtisar Laba/Rugi	3999	Rp 6.278.154	Rp -
31 Jul 2026	Beban HPP	5100		Rp 2.230.570
31 Jul 2026	Beban Bahan Habis Pakai	5210		Rp 220.000
31 Jul 2026	Beban Administrasi	5220		Rp 8.355
31 Jul 2026	Beban Akomodasi dan Konsumsi	5230		Rp 485.500
31 Jul 2026	Beban Gaji Pokok & Lembur	5240		Rp 1.375.000
31 Jul 2026	Beban Marketing	5250		Rp 249.000
31 Jul 2026	Beban Operasional Kendaraan	5260	Rp -	Rp 14.000
31 Jul 2026	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	5270	Rp -	Rp 70.500
31 Jul 2026	Beban Sewa	5280	Rp -	Rp 905.000
31 Jul 2026	Beban Penyusutan	5290	Rp -	Rp 285.229
31 Jul 2026	Beban Lainnya	6100	Rp -	Rp 435.000
31 Jul 2026	Ikhtisar Laba/Rugi	3999	Rp 732.500	
31 Jul 2026	Modal Usaha	3120		Rp 732.500
31 Jul 2026	Modal Usaha	3120	Rp -	
31 Jul 2026	Prive	3300		Rp -
TOTAL			**Rp 13.288.808**	**Rp 13.288.808**
			Rp 13.288.808	Rp 13.288.808
			BALANCE	

7. Neraca Saldo Setelah Penutupan

Neraca Saldo Setelah Penutupan
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

No Akun	Nama Akun	Laba Rugi (Sebelum Penutupan)		Jurnal Penutup		Saldo Setelah Penutupan		Neraca Saldo Setelah Penutupan		Saldo Awal Periode Berikutnya	
		Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit	Debit	Kredit
1110	Kas	Rp 1.512.900	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.512.900	Rp -	Rp 1.512.900	Rp -	Rp 1.512.900	Rp -
1120	Bank	Rp 10.255.517	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.255.517	Rp -	Rp 10.255.517	Rp -	Rp 10.255.517	Rp -
1121	Sea Bank	Rp 578.581	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 578.581	Rp -	Rp 578.581	Rp -	Rp 578.581	Rp -
1130	Persediaan	Rp 2.700.181	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 2.700.181	Rp -	Rp 2.700.181	Rp -	Rp 2.700.181	Rp -
1140	Piutang Usaha	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
1210	Booth Kontainer	Rp 5.300.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 5.300.000	Rp -	Rp 5.300.000	Rp -	Rp 5.300.000	Rp -
1220	Inventaris	Rp 1.215.321	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.215.321	Rp -	Rp 1.215.321	Rp -	Rp 1.215.321	Rp -
1230	Peralatan	Rp 4.230.030	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 4.230.030	Rp -	Rp 4.230.030	Rp -	Rp 4.230.030	Rp -
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	Rp -	Rp 3.619.489	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 3.619.489	Rp -	Rp 3.619.489	Rp -	Rp 3.619.489
2100	Utang Gaji Karyawan	Rp 0	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 0	Rp -	Rp 0	Rp -	Rp 0	Rp -
2200	Utang Usaha	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3110	Modal Investor	Rp -	Rp 10.000.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 10.000.000	Rp -	Rp 10.000.000	Rp -	Rp 10.000.000
3120	Modal Usaha	Rp -	Rp 3.327.862	Rp -	Rp 732.500	Rp -	Rp 4.060.362	Rp -	Rp 4.060.362	Rp -	Rp 4.060.362
3200	Laba Ditahan	Rp -	Rp 8.112.679	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 8.112.679	Rp -	Rp 8.112.679	Rp -	Rp 8.112.679
3300	Prive	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
3999	Ikhtisar Laba/Rugi	Rp -	Rp -	Rp 7.010.654	Rp 7.010.654	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp -	Rp 6.229.600	Rp 6.229.600	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp -	Rp 248.011	Rp 248.011	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp -	Rp 463.000	Rp 463.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp -	Rp 69.000	Rp 69.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4900	Pendapatan Lainnya	Rp -	Rp 1.043	Rp 1.043	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5100	Beban HPP	Rp 2.230.570	Rp -	Rp -	Rp 2.230.570	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp 220.000	Rp -	Rp -	Rp 220.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5220	Beban Administrasi	Rp 8.355	Rp -	Rp -	Rp 8.355	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp 485.500	Rp -	Rp -	Rp 485.500	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp 1.375.000	Rp -	Rp -	Rp 1.375.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5250	Beban Marketing	Rp 249.000	Rp -	Rp -	Rp 249.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp 14.000	Rp -	Rp -	Rp 14.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp 70.500	Rp -	Rp -	Rp 70.500	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5280	Beban Sewa	Rp 905.000	Rp -	Rp -	Rp 905.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
5290	Beban Penyusutan	Rp 285.229	Rp -	Rp -	Rp 285.229	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
6100	Beban Lainnya	Rp 435.000	Rp -	Rp -	Rp 435.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
	TOTAL	Rp 32.070.685	Rp 32.070.685	Rp 14.021.308	Rp 14.021.308	Rp 25.792.530	Rp 25.792.530	Rp 25.792.530	Rp 25.792.530	Rp 25.792.530	Rp 25.792.530

F. Lampiran Laporan Keuangan Lengkap (Periode Mei-Juli 2026 & Triwulan)

1. Periode Mei 2026

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
May-26

Aset				Liabilitas & Ekuitas			
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	770.000	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	3.294.377
1120	Bank	Rp	12.995.063	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	96.769				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**13.861.832**				
1130	Persediaan	Rp	8.018.127	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**21.879.959**	3120	Modal Usaha	Rp	8.300.825
				3200	Laba Ditahan	Rp	14.273.237
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	(6.397.542)
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**26.176.520**
1230	Peralatan	Rp	4.126.797				
	Sub total Aset Tetap	**Rp**	**10.642.118**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	Rp	(3.051.181)				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.590.937**				
	JUMLAH ASET	**Rp**	**29.470.897**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**29.470.897**
			BALANCE				

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
May-26

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	7.102.800		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	230.640		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	3.288.800		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	-		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	70.927		
Total Pendapatan				**Rp**	**10.693.167**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	2.851.030		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	89.300		
5220	Beban Administrasi	Rp	39.000		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	264.984		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	3.165.000		
5250	Beban Marketing	Rp	130.908		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	-		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	4.000		
5280	Beban Sewa	Rp	650.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	318.173		
6100	Beban Lainnya	Rp	1.603.186		
Total Beban				**Rp**	**9.115.581**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**1.577.586**

Laporan Arus Kas
Perusahaan DOPAMILK
May-26

Saldo Awal Kas				**Rp**	**7.500.544**
	Kas			Rp	616.000
	Bank			Rp	6.360.342
	Sea Bank			Rp	524.202
Laba Bersih				**Rp**	**1.577.586**
Penyesuaian Non Kas					
	Beban Penyusutan	Rp	318.173		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas				**Rp**	**1.895.759**
	Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	557.876		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	2.414.669		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	-		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)				**Rp**	**4.868.304**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi					
	Booth Kontainer	Rp	-		
	Inventaris	Rp	-		
	Peralatan	Rp	(110.299)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)				**Rp**	**(110.299)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan					
	Modal Investor	Rp	-		
	Modal Usaha	Rp	8.000.825		
	Laba Ditahan	Rp	-		
	Prive	Rp	(6.397.542)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)				**Rp**	**1.603.283**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)				Rp	6.361.288
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*				Rp	-
Saldo Akhir Kas				**Rp**	**13.861.832**

Laporan Perubahan Ekuitas
Perusahaan DOPAMILK
May-26

3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	300.000		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal per(1 Mei 2026)			**Rp**	**22.995.650**
	Laba Bersih	Rp	1.577.586		
3300	Prive	Rp	(6.397.542)		
	Penambahan Modal	Rp	8.000.825		
				Rp	**(4.819.956)**
	Total Modal per (1 Juni 2026)			**Rp**	**18.175.695**

2. Periode Juni 2026

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
Jun-26

Aset				**Liabilitas & Ekuitas**			
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.725.400	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	-
1120	Bank	Rp	9.345.655	2200	Utang Usaha	Rp	100.000
1121	Sea Bank	Rp	399.727				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**11.470.782**				
1130	Persediaan	Rp	2.658.668	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**14.129.450**	3120	Modal Usaha	Rp	3.480.869
				3200	Laba Ditahan	Rp	7.959.672
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**21.440.542**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.334.260)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.411.091**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**21.540.542**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**21.540.542**
			BALANCE				

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
Jun-26

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	3.525.800		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	350.983		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	525.000		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	-		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	342.194		
Total Pendapatan				**Rp**	**4.743.977**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	1.951.984		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	415.800		
5220	Beban Administrasi	Rp	9.576		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	122.519		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	1.110.000		
5250	Beban Marketing	Rp	272.000		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	-		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	14.200		
5280	Beban Sewa	Rp	650.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	283.079		
6100	Beban Lainnya	Rp	67.826		
Total Beban				**Rp**	**4.896.984**
Laba/Rugi	RUGI			**Rp**	**(153.007)**

Laporan Arus Kas
Perusahaan DOPAMILK
Jun-26

Saldo Awal Kas			**Rp**	**13.861.832**
Kas			Rp	770.000
Bank			Rp	12.995.063
Sea Bank			Rp	96.769
Laba Bersih			**Rp**	**(153.007)**
Penyesuaian Non Kas				
Beban Penyusutan	Rp	283.079		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas			**Rp**	**130.072**
Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	5.359.459		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	(3.294.377)		
Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	100.000		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)			**Rp**	**2.295.154**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi				
Booth Kontainer	Rp	-		
Inventaris	Rp	-		
Peralatan	Rp	(103.233)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)			**Rp**	**(103.233)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan				
Modal Investor	Rp	-		
Modal Usaha	Rp	-		
Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
Prive	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)			**Rp**	**(4.582.971)**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)			Rp	(2.391.050)
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*			Rp	-
Saldo Akhir Kas			**Rp**	**11.470.782**

Laporan Perubahan Ekuitas Perusahaan DOPAMILK Jun-26					
3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	3.480.869		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal per(1 Juni 2026)			**Rp**	**26.176.520**
	Laba Bersih	Rp	(153.007)		
3300	Prive	Rp	-		
	Koreksi Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
				Rp	**(4.735.978)**
	Total Modal per (1 Juli 2026)			**Rp**	**21.440.542**

3. Periode Juli 2026

Laporan Posisi Keuangan Perusahaan DOPAMILK Jul-26							
Aset				**Liabilitas & Ekuitas**			
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.512.900	2100	Utang Gaji	Rp	-
1120	Bank	Rp	10.255.517	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	578.581				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**12.346.998**				
1130	Persediaan	Rp	2.700.181	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**15.047.179**	3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862
				3200	Laba Ditahan	Rp	8.845.179
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**22.173.041**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub Total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.619.489)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.125.862**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**22.173.041**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**22.173.041**
			BALANCE				

Laporan Laba/Rugi Perusahaan DOPAMILK Jul-26					
Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	6.229.600		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	248.011		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	463.000		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	69.000		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	1.043		
Total Pendapatan				**Rp**	**7.010.654**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	2.230.570		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	220.000		
5220	Beban Administrasi	Rp	8.355		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	485.500		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	1.375.000		
5250	Beban Marketing	Rp	249.000		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	14.000		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	70.500		
5280	Beban Sewa	Rp	905.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	285.229		
6100	Beban Lainnya	Rp	435.000		
Total Beban				**Rp**	**6.278.154**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**732.500**

Laporan Arus Kas
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

Saldo Awal Kas				**Rp**	**11.470.782**
	Kas			Rp	1.725.400
	Bank			Rp	9.345.655
	Sea Bank			Rp	399.727
Laba Bersih				**Rp**	**732.500**
Penyesuaian Non Kas					
	Beban Penyusutan	Rp	285.229		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas				**Rp**	**1.017.729**
	Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	(41.513)		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	-		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	(100.000)		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)				**Rp**	**876.216**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi					
	Booth Kontainer	Rp	-		
	Inventaris	Rp	-		
	Peralatan	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)				**Rp**	-
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan					
	Modal Investor	Rp	-		
	Modal Usaha	Rp	-		
	Laba Ditahan	Rp	-		
	Prive	Rp	-		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)				**Rp**	-
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)				Rp	876.216
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*				Rp	-
Saldo Akhir Kas				**Rp**	**12.346.998**

Laporan Perubahan Ekuitas
Perusahaan DOPAMILK
Jul-26

3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862		
3200	Laba Ditahan	Rp	8.112.679		
	Total Modal per(1 Juni 2026)			**Rp**	**21.440.542**
	Laba Bersih	Rp	732.500		
3300	Prive	Rp	-		
				Rp	**732.500**
	Total Modal per (1 Juli 2026)			**Rp**	**22.173.041**

4. Periode Mei-Juli Triwulan

Laporan Posisi Keuangan
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

Aset				**Liabilitas & Ekuitas**			
Aset Lancar				**Liabilitas**			
1110	Kas	Rp	1.512.900	2100	Utang Gaji Karyawan	Rp	-
1120	Bank	Rp	10.255.517	2200	Utang Usaha	Rp	-
1121	Sea Bank	Rp	578.581				
	Kas dan Setara Kas	**Rp**	**12.346.998**				
1130	Persediaan	Rp	2.700.181	**Ekuitas**			
1140	Piutang Usaha	Rp	-	3110	Modal Investor	Rp	10.000.000
	Total Aset Lancar	**Rp**	**15.047.179**	3120	Modal Usaha	Rp	3.327.862
				3200	Laba Ditahan	Rp	8.845.179
Aset Tetap				3300	Prive	Rp	-
1210	Booth Kontainer	Rp	5.300.000				
1220	Inventaris	Rp	1.215.321		**Jumlah Ekuitas**	**Rp**	**22.173.041**
1230	Peralatan	Rp	4.230.030				
	Sub Total Aset Tetap	**Rp**	**10.745.351**				
1299	Akumulasi Penyusutan Aset Tetap	**Rp**	**(3.619.489)**				
	Total Aset Tetap	**Rp**	**7.125.862**				
	TOTAL ASET	**Rp**	**22.173.041**	**TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS**		**Rp**	**22.173.041**
			BALANCE				

Laporan Laba/Rugi
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

Pendapatan					
4110	Pendapatan Penjualan Harian (Lansung)	Rp	16.858.200		
4120	Pendapatan Penjualan Online	Rp	829.634		
4130	Pendapatan Penjualan Kerjasama	Rp	4.276.800		
4140	Pendapatan Penjualan Tenant	Rp	69.000		
4900	Pendapatan Lainnya	Rp	414.164		
Total Pendapatan				**Rp**	**22.447.798**
Beban					
5100	Beban HPP	Rp	7.033.584		
5210	Beban Bahan Habis Pakai	Rp	725.100		
5220	Beban Administrasi	Rp	56.931		
5230	Beban Akomodasi dan Konsumsi	Rp	873.003		
5240	Beban Gaji Pokok & Lembur	Rp	5.650.000		
5250	Beban Marketing	Rp	651.908		
5260	Beban Operasional Kendaraan	Rp	14.000		
5270	Beban Pemeliharaan / Perbaikan	Rp	88.700		
5280	Beban Sewa	Rp	2.205.000		
5290	Beban Penyusutan	Rp	886.481		
6100	Beban Lainnya	Rp	2.106.012		
Total Beban				**Rp**	**20.290.719**
Laba/Rugi	LABA			**Rp**	**2.157.079**

Laporan Arus Kas
Perusahaan DOPAMILK
Periode Mei-Juli

Saldo Awal Kas				**Rp**	**7.500.544**
	Kas			Rp	616.000
	Bank			Rp	6.360.342
	Sea Bank			Rp	524.202
Laba Bersih				Rp	2.157.079
Penyesuaian Non Kas					
	Beban Penyusutan	Rp	886.481		
Laba Bersih Setelah Penyesuaian Non-Kas				**Rp**	**3.043.560**
	Kenaikan/(Penurunan) Persediaan	Rp	5.875.822		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Gaji Karyawan	Rp	(879.708)		
	Kenaikan/(Penurunan) Utang Usaha	Rp	-		
Kas Bersih Aktivitas Operasional (A)				**Rp**	**8.039.674**
B. Arus Kas Dari Kegiatan Investasi					
	Booth Kontainer	Rp	-		
	Inventaris	Rp	-		
	Peralatan	Rp	(213.532)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Investasi (B)				**Rp**	**(213.532)**
C. Arus Kas Dari Kegiatan Pendanaan					
	Modal Investor	Rp	-		
	Modal Usaha	Rp	8.000.825		
	Laba Ditahan	Rp	(4.582.971)		
	Prive	Rp	(6.397.542)		
Kas Bersih untuk Aktivitas Pendanaan (C)				**Rp**	**(2.979.688)**
Pergerakan Bersih Atas Kas (A+B+C)				Rp	4.846.454
Penyesuaian Selisih Kas (Rekonsiliasi)*				Rp	-
Saldo Akhir Kas				**Rp**	**12.346.998,03**

	Laporan Perubahan Ekuitas				
	Perusahaan DOPAMILK				
	Periode Mei-Juli				
3110	Modal Investor	Rp	10.000.000		
3120	Modal Usaha	Rp	300.000		
3200	Laba Ditahan	Rp	12.695.650		
	Total Modal periode Mei-Juli			**Rp**	**22.995.650**
	Laba Bersih	Rp	2.157.079		
3300	Prive	Rp	(6.397.542)		
	Penambahan Modal Usaha	Rp	8.000.825		
	Koreksi Persediaan Periode lalu (non-kas)	Rp	(4.582.971)		
				Rp	**(822.609)**
	Total Modal per (1 Agustus 2026)			**Rp**	**22.173.041**

G. Lampiran Kemitraan dan Pemasaran

Whatsapp
+62 823-3803-1828

Instagram
@dopamilk_jogja

Email
dopaminelocecup@gmail.com

Adress
Dopa Jogja, Jl. Kaliurang km. 13,5, Sleman

NIB (Nomor Induk Berusaha)
2104250042243

Proposal Kemitraan

Bikin Acara Ospek Lebih Seru dengan Dopa!

Nikmati photobooth spot dengan pemotretan dan editing kolase, serta Beli 1 Gratis 1 untuk panitia. Untuk mahasiswa baru, ada promo bundling: beli 3 signature, dapat 1 Dopa gratis! Dapatkan pengalaman seru dengan harga terjangkau.



Contact Person
Irhamsyah Naib
+62 823-7170-2063

Penawaran Untuk:

Pesta UII

Deadline Penawaran:
H-7 Acara

Daftar Isi

Page Cover 01
Daftar Isi 02
Profil Bisnis 03
Benefit Kerjasama 04
Profil Produk dan Pelanggan 05
Bentuk Kerjasama 06

Profil Bisnis 03

Dopamine adalah brand minuman berbasis susu murni dengan berbagai varian rasa yang menyegarkan, serta memberikan pengalaman rasa yang nyaman untuk berbagai kalangan. Sejak awal berdiri, Dopamine membawa semangat **"Mengembalikan Moodmu"**, tidak hanya melalui produk, tetapi juga melalui misi sosial yang berdampak.

Visi Misi

Menjadi market leader di industri F&B berbasis susu di lingkungan kampus pada tahun 2030

Misi

- Memberdayakan peternak susu lokal
- Menciptakan lebih dari 300 lapangan kerja
- Peduli terhadap kesehatan mental

Capaian

10+ Mitra Acara

5000+ Cup Terjual

500+ Pelanggan

Pengalaman Kemitraan & Klien

Kami berpengalaman dalam melayani berbagai acara lingkup besar dengan total pesanan mencapai ratusan (100-500+ cup) untuk sekali acara



Benefit Kerjasama

Bukan hanya menyediakan minuman, kami juga berkomitmen untuk **memerlahkan dan menciptakan pengalaman acara yang lebih menyenangkan tanpa biaya tambahan**

dengan bekerja sama dengan kami, acara akan mendapatkan:

1. Photobooth Spot

Spot foto seru untuk mahasiswa baru dan panitia, mengabadikan momen secara spesial.

- **Pemotretan langsung** di lokasi dengan backdrop profesional
- **Hasil foto instan:** Foto-foto bisa langsung diunduh on the spot via Google Drive
- **Editan kolase eksklusif + logo ospek**: Foto-foto akan diolah menjadi kolase
- **2 versi foto:** foto RAW dan kolase





2. Beli 1 Gratis 1 Untuk Panitia

Cukup beli 1 minuman, langsung dapat gratis 1 sebagai bentuk apresiasi untuk tim yang sudah bekerja keras.

Ketentuan:

- Claim dengan menunjukkan co-card.
- Tidak berlaku kelipatan (1x transaksi = 1x penukaran promo).
- Berlaku untuk semua varian signature
- Promo hanya berlaku selama acara berlangsung.

3. Promo bundling untuk Maba (Buy 3 Get 1)

Beli rame-rame, dapat lebih hemat!
Khusus untuk mahasiswa baru, kami menghadirkan promo bundling spesial:

- Beli 3 Signature Series, Gratis 1 Dopa!

Detail Promo:

- Berlaku untuk pembelian 3 cup menu dopa (varian bebas).
- Gratis 1 cup Dopa signature dengan varian pilihan sesuai persediaan.



Profil Produk & Pelanggan

04

Minum Tanpa Khawatir: Enak, Segar, Berkualitas



- **100% Susu Murni Lokal**
  Kami hanya pakai susu murni dari peternak lokal—lebih fresh, dan ikut mendukung ekonomi sekitar.
- **Manisnya Pakai Stevia**
  Lebih aman dan rendah kalori. Nikmat tanpa rasa bersalah!
- **Rasa Juara dari Bahan Pilihan**
  Liquid base premium yang terjamin kualitasnya
- **Gratis Topping Grass Jelly**
  Setiap cup sudah dapat topping grass jelly khas dopa!

Pilih sesuai moodmu, tanpa khawatir harga

Varian rasa yang menyegarkan dan menyesuaikan mood. Dengan kualitas terjamin dan harga yang tetap terjangkau

range harga:

Signature: **Rp12rb - 14rb**
Creamy: **Rp17rb - 22rb**

(Panitia bebas menentukan pilihan menu apa yang boleh dijual, misal hanya varian signature)



Apa yang mereka bilang soal dopa?

Klik disini untuk lihat testimoni lainnya



Murni
Mahasiswi Hi UI

"Selain variannya banyak, Dopa tuh seger dan nagih parah, plus desainnya sangat sangat comel. Asupan wajib tiap badmood, intinya my best moodbooster ever oeh!"



Faisal
Mahasiswa Arsitek UI

"Aku tuh bukan orang yang gampang suka sama minuman. Tapi Dopa nih beda. Rasanya tuh kaya.. pelarian yang sellisiik chaos di studio. Abis lembur sampe mata kering minuman ini tuh jadi semacam self-reward yang gak cuma enak, tapi juga bikin kepala adem."

Menu Kami



Bentuk Kerjasama



Berikut adalah bentuk kerjasama yang akan terjadi antara pihak Dopamine dan panitia acara:

Untuk Mitra

1. **Penyediaan Area Strategis Untuk Dopa**
   - Panitia menyediakan area yang strategis, dekat dengan pusat keramaian atau area utama acara, memastikan produk mudah dijangkau oleh peserta acara.
2. **Eksposur Branding di Dalam Acara**
   - Logo dan branding Dopamine akan ditampilkan di lokasi acara sebagai bentuk eksposur kerja sama yang saling menguntungkan.

(Jika poin ini masih belum sesuai dari pihak acara, kami sangat terbuka untuk negosiasi lebih lanjut)

Skema Operasional

- **Jam Operasional Booth:**

Dopamine akan membuka booth mulai dari awal acara hingga selesai acara.

- **Semua kebutuhan stand Dopa ditanggung pribadi**

Dopa akan menyediakan semua peralatan, perlengkapan, dan kebutuhan operasional pribadi.

- **Peran Panitia**

Panitia hanya perlu menyediakan area lokasi untuk booth Dopamine, serta pengawasan yang diperlukan terhadap peserta

05

Timeline

Tahap	Deskripsi	Waktu Pelaksanaan
Kick-off Meeting	Finalisasi skema, lokasi, kebutuhan teknis	2 minggu sebelum acara
Persiapan & Logistik	Pengiriman perlengkapan, briefing tim, pengecekan kesiapan	1 minggu sebelum acara
Hari-H	Pemasangan booth, pelaksanaan program free drink & discount	Hari acara berlangsung
Evaluasi & Laporan	Pengumpulan data penjualan & feedback peserta	3 hari setelah acara

Langkah Selanjutnya

06

Ambil Tawaran ini dan *Wujudkan Acara Ospek yang Lebih Seru dan Berbeda!*

1. Konfirmasi/Diskusi Lebih Lanjut

Diskusi lebih lanjut mengenai tanggal, lokasi, dan kebutuhan acara untuk memastikan segala sesuatunya berjalan sesuai harapan kedua belah pihak.

2. Penandatanganan MOU Kemitraan

Setelah finalisasi kesepakatan, akan dilakukan penandatanganan Memorandum of Understanding (MOU) untuk mengikat komitmen kerjasama.

Jika ada **permintaan khusus atau penyesuaian** terhadap penawaran, **kami sangat terbuka** untuk komunikasi lebih lanjut dan siap mendengarkan masukan dari pihak acara demi kenyamanan bersama.

Future Offering

Rapat Panitia Jadi Lebih Seru!

Dapatkan Gratis 10 cup untuk setiap minimal order 20 (atau sesuai kesepakatan) untuk pemesanan rapat panitia – lebih hemat!

Hubungi:

Irhamsyah Naib

Whatsapp
+62 823-7170-2063

Email
irhamsyahnaibaho@gmail.com