

Peluang Usaha Jajanan Dimsum Dikantin Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Devi Intan Sari Sagala¹, Lusi Safitri², Siti Munawaroh³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

¹devisagala643@gmail.com, ²lusisafitri020@gmail.com, ³sitimuna867@gmail.com

Abstrak: *Dimsum sedang hits di zaman sekarang. Oleh karena itu, tidak heran jika banyak orang berbondong-bondong menjalani bisnis dimsum. Peluang Usaha Dimsum Kaki Lima atau Rumahan. Bisnis kuliner sepertinya tidak akan ada habisnya. Pasalnya, kebutuhan masyarakat akan pangan juga tidak pernah selesai apabila manusia masih hidup. Baru-baru ini, makanan asal China yaitu dimsum, menjadi sangat populer di kalangan masyarakat. Lantas, bagaimana dengan peluang usaha dimsum. Tujuan penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat pada Usaha Dimsum kiano dikantin universitas islam negeri sumatera utara 2) mengetahui seberapa besar peluang usaha menjual dimsum dan pemasaran Usaha Dimsum kiano dengan metode kualitatif, yaitu dengan mengobservasi tempat usaha tersebut, lalu mewawancarai pemilik usaha dan mengambil dokumentasi dari hasil observasi dan wawancara. Peluang usaha dimsum di Indonesia cukup besar. Menyadari bahwa jumlah orang yang tertarik dengan jajanan kuliner semakin meningkat. Ada banyak jenis olahan dimsum yang bisa dinikmati oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, bagi kamu yang ingin memulai bisnis ini, kamu perlu memperhatikan peluang usaha dimsum saat ini. Walaupun dikenal sebagai makanan di kalangan restoran, namun tidak menghalangi makanan ini untuk dijual dalam skala yang lebih kecil. Oleh karena itu, masyarakat dari berbagai kalangan dapat menikmati olahan makanan ini. Peluang usaha dimsum dalam skala kecil memang merupakan bisnis yang menjanjikan. Risiko yang dihadapi usaha dimsum tidak terlalu besar. Hal ini karena kamu tidak perlu mengumpulkan banyak modal untuk menjalankan bisnis dimsum kecil-kecilan.*

Kata kunci: *Peluang, Usaha, Jajanan Dimsum.*

Abstract: *Dimsum is a hit nowadays. Therefore, it is not surprising that many people flock to the dimsum business. Street or Home Dimsum Business Opportunities The culinary business seems to have no end. The reason is that people's need for food never ends while humans are still alive. Recently, food from China, namely dim sum, has become very popular among the public. So, what about dimsum business opportunities? The aims of this research are 1) to identify the internal and external factors found in the Kiano Dimsum Business in the canteen of the State Islamic University of North Sumatra 2) to find out how big the business opportunities are for selling dimsum and marketing the Kiano Dimsum Business using qualitative methods, namely by observing the business premises, then interviewing business owners and take documentation from observations and interviews. Dimsum business opportunities in Indonesia are quite large. Realizing that the number of people interested in culinary snacks is increasing. There are many types of dimsum preparations that can be enjoyed by the general public. Therefore, for those of you who want to start this business, you need to pay attention to current dimsum business opportunities. Even though it is known as food among restaurants, this does not prevent this food from being sold on a smaller scale. Therefore, people from various circles can enjoy this processed food. The dimsum business opportunity on a small scale is indeed a promising business. The risks faced by dim sum businesses are not too big. This is because you don't need to raise a lot of capital to run a small dimsum business.*

Keywords: *Opportunities, Business, and Dimsum Snacks.*

Pendahuluan

Di era modern seperti ini, perkembangan bisnis di Indonesia sangat berkembang pesat sehingga membuat jenis UMKM dan kegiatan usaha banyak bermunculan. Hal tersebut membuat pelaku UMKM harus melakukan beberapa strategi yang tepat agar dapat bertahan di persaingan pasar yang semakin ketat. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang mempunyai peran penting dalam perekonomian suatu negara ataupun daerah. Kemunculan UMKM pada masa sekarang ini bukan merupakan suatu hal yang aneh dikarenakan banyak masyarakat sekarang ini yang mengharapkan pendapatan dari UMKM.

Selain itu juga UMKM dapat menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mengembangkan bisnis atau usaha yang sedang dijalankan. Hal yang sering terjadi di era sekarang ini adalah makanan jajanan modern. Oleh sebab itu, perkembangan pola kehidupan masyarakat yang cepat berubah, praktis dan modern membuat para pelaku usaha lebih tertarik dalam membuka usaha bisnis kuliner untuk meningkatkan perekonomian.

Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang selalu marak ditawarkan di kota-kota besar di Indonesia. Tak hanya di kota-kota besar, bisnis kuliner juga mempunyai prospek yang sangat baik di kampus-kampus besar di Indonesia khususnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Bisnis kuliner di kantin universitas Islam Negeri Sumatera Utara ini terbilang sangat menjajikan, apalagi yang menjual makanan-makanan kekinian yang sedang naik daun dan banyak diminati oleh para mahasiswa seperti Dimsum. Dikarenakan pada era sekarang ini Dimsum memiliki banyak peminat, maka peluang usaha pun semakin terbuka lebar, dan sekarang penjual Dimsum banyak ditemukan di Kawasan universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Belakangan ini dimsum juga mempunyai daya tarik bagi para penikmat kuliner dan pelaku bisnis kuliner. Salah satu pelaku bisnis kuliner dimsum di kantin UINSU adalah warung Dimsum Kiano. Warung Dimsum Kiano merupakan salah satu pelaku usaha Dimsum yang cukup diminati oleh para Mahasiswa.

Keberhasilan ini tidak lepas dari berbagai faktor ataupun peran yang terdapat di dalamnya. Harga, kualitas dan pelayanan tidak lagi menjadi tolak ukur utama bagi para penikmat kuliner. Harga, kualitas dan pelayanan memang sudah pasti menjadi tolak ukur dalam penjualan, karena faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk datang atau tidak untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga mempengaruhi penjualan. (Husaini et al. 2023).

Kajian Pustaka

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh.

Bisnis sebaiknya memiliki nilai dan bermanfaat dimana hal ini bisa dilakukan melalui penerapan konsep kewirausahaan sosial. Berbagai kalangan mulai memperbincangkan konsep kewirausahaan sosial sebagai solusi inovatif dalam menyelesaikan permasalahan sosial (Saragih., 2017).

Tujuan kewirausahaan sosial adalah terwujudnya perubahan sosial ke arah yang lebih baik atau positif dan memecahkan masalah sosial untuk kepentingan Masyarakat dan dapat membaca peluang. Peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya di ambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan mendapat keuntungan. banyak peluang yang di siasikan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihatpun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut.

Hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei lapangan untuk memperoleh data primer melalui wawancara langsung dengan pihak internal dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan. penulis melakukan wawancara langsung ke lokasi yaitu warung dimsum kiano.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dengan karyawan warung dimsum kiano yaitu ibu dedek. Ibu dedek ini karyawan sekaligus adik kandung dari pemilik warung dimsum kiano. Wawancara dilakukan pada tanggal 9 Desember 2023. Wawancara berisi tentang peluang usaha jajanan dimsum di kantin Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Hasil Penelitian

A. Profil Usaha Dimsum Kiano

Dimsum Kiano merupakan sebuah usaha kuliner yang menawarkan dimsum sebagai menu utamanya, warung dimsum kiano berjualan di kampus uinsu sejak setahun terakhir, yang memiliki cabang utama yang terletak di jl. Abdul Hakim. Pemilik usaha dimsum kiano mengusung konsep usaha kuliner dengan harga kaki lima dengan rasa Bintang lima sehingga banyak di minati oleh para mahasiswa.

Dimsum yang dijual di warung kiano ini bukanlah buatan sendiri akan tetapi hasil produksi orang lain, harga dimsum di warung kiano ini terbilang sangat murah di banding dimsum di tempat lain yaitu Rp. 5000 per porsi dengan isi 5 pcs. Warung Dimsum Kiano juga bukan hanya berjualan Dimsum saja tetapi juga menjual beraneka ragam minuman dingin.

B. Pemasaran Produk Dimsum Kiano

1. Produk (product)

Produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar (Harun Samsuddin 2018). Produk Dimsum Kiano memiliki rasa yang gurih dan saus yang pedas manis. Bahan baku yang digunakan yaitu halal dan berkualitas.



Gambar 1

Produk Dimsum Kiano

Peran produk sangat penting bagi perusahaan, dimana setiap saat selalu adanya perubahan yang cepat dalam selera konsumen dan persaingan yang semakin ketat, hal ini menyebabkan suatu perusahaan di tuntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain dan senantiasa menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Agar konsumen merasa puas dengan produk yang dipakai atau digunakan. Dan sudah tentu perusahaan akan mendapat keuntungan yang maksimal (Sudiyanto and - 2019).

2. Harga (Price)

Harga adalah jumlah uang yang dibayarkan atau dibebankan untuk mendapatkan suatu barang (Putri et al. 2022). Harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa. Kotler dalam (Desy & Rahmat, 2017) memaparkan harga ialah ukuran uang tunai yang dipaku pada barang, jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibeli untuk beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut. Dijelaskan pula dalam (Nasution, Limbong, & Ramadhan, 2020) harga yang ditunjukkan oleh pelanggan atau pembeli adalah biaya yang dikeluarkan untuk sesuatu. Sedangkan bagi perusahaan harga ialah satu dari banyaknya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pemasukan (Sudrartono & Saepudin, 2020). Pada intinya seperti yang dipaparkan oleh (Insani & Madiawati, 2020), suatu dari nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan atas pembelian sesuatu merupakan pengertian dari harga. Harga jual Dimsum kiano cukup terjangkau yaitu mulai dari Rp.5000-Rp.10.000 per porsi. Dimsum kiano dapat menghabiskan 1000 pcs per harinya.

3. Tempat

Tempat Usaha adalah lokasi dimana sebuah usaha akan didirikan dan dilaksanakan (Widiyasari 2022). Lokasi diartikan letak kedudukan fisik sebuah usaha di dalam daerah tertentu. Lokasi adalah tempat untuk setiap bisnis dan merupakan suatu keputusan penting, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi usaha harus benar-benar dipertimbangkan dengan hati-hati karena kemudahan untuk menjangkau tempat usaha sangat mempengaruhi kedatangan konsumen.

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Tempat usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Warung Dimsum Kiano yang terletak di kantin UIN Sumatera Utara. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan keberhasilan suatu usaha. Kesalahan pemilihan lokasi dapat menghambat keberhasilan usaha (Fitriyani, Murni, and Warsono 2019). Maka dari itu dimsum kiano sudah memilih lokasi yang sangat tepat dan strategis diantaranya yaitu di Jalan Abdul Karim dan di area kampus UIN Sumatera Utara.

4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang

ditawarkan dan berusaha untuk menarik calon konsumen yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi konsumen untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan penjualan (Arisandy 2018). Promosi yang dilakukan warung dimsum kiano yaitu dengan memasang spanduk yang berisi gambar dimsum serta harga didepan warungnya, sehingga memudahkan konsumen untuk membaca apa yang dijual serta harga yang ditawarkan.

5. karyawan

Karyawan merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting disamping faktor-faktor produksi lainnya seperti modal, alat-alat produksi, metode dan pasar. Kelima macam produksi ini dikenal dengan sebutan 5M atau men, money, meterial, method dan market. Selanjutnya Harsono mengatakan mengatakan bahwa karyawan adalah orang-orang yang diberi tugas berdasarkan kejurusan, keahlian, keterampilan (skill) dan tanggung jawab, serta melaksanakannya sesuai dengan syarat-syarat seperti waktu, rencana, jadwal, biaya dan sebagainya yang telah ditentukan (Napitupulu and Benedict 2019). Warung dimsum kiano memiliki 1 orang karyawan yaitu adik dari pemilik warung dimsum kiano yang bernama ibu dedek. Karyawan di warung dimsum kiano ini melayani konsumen dengan baik, dan mau mengikuti request dari para konsumen, misalnya seperti konsumen yang meminta tambahan atau pengurangan saos, yang sesuai dengan selera para konsumen.

C. Pembahasan

Berdasarkan wawancara maka Dimsum Kiano merupakan sebuah usaha kuliner yang menawarkan dimsum sebagai menu utamanya dan Dimsum yang dijual di warung kiano ini bukan lah buatan sendiri akan tetapi hasil produksi orang lain yang bisa di jual kembali kepada konsumen. Pemasaran Produk Dimsum Kiano yaitu melalui (1) menawarkan produk tersebut kepada konsumen, karena Peran produk sangat penting bagi perusahaan, dimana setiap saat selalu adanya perubahan yang cepat dalam selera konsumen dan persaingan yang semakin ketat (2) Harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa (3) Pemilihan lokasi yang tepat (4) Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen akan produk (5) Mempekerjakan Karyawan merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting.

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yaitu, bahwa dimsum kiano adalah sebuah peluang usaha yang menjanjikan dalam bidang kuliner makanan. Cara memulai usaha dimsum tidaklah rumit apabila ada kemauan dan modal. Sebuah usaha akan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah diinginkan apabila memiliki niat dan tujuan yang telah ditentukan. Faktor yang menjadi kekuatan utama bagi Dimsum Kiano yaitu kualitas dan rasa dimsum yang enak, sedangkan kelemahan pada Dimsum Kiano yaitu promosi yang kurang optimal. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu ketertarikan mahasiswa/i Uinsu terhadap dimsum yang semakin meningkat, sedangkan faktor internal bagi Usaha Dimsum Kiano yaitu adanya beberapa pesaing. Namun, Pemasaran yang dilakukan oleh dimsum Kiano termasuk pemasaran yang strategis mulai dari pemilihan tempat, harga yang ditawarkan, dan cara mempromosikannya.

Daftar Pustaka

- Arisandy, Yosy. (2018). "Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Tinjauan Manajemen Syariah." *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4(1).
- Desy, & Rahmat. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman*.
- Fitriyani, Sandra, Trisna Murni, And Sri Warsono. (2019). "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13(1).
- Harun Samsuddin, Endang Rosidah Ningsih. (2018). "Ecoment Global 167." *Hamid Halin* 4(1).
- Husaini, Fachri Et Al. (2023). "Pengaruh Location Store, Testimoni Dan Tagline Terhadap Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus DJ Dimsum Pematangsiantar)." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3(2).
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gofood Di Kota Bandung. *JIMEA Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 4(3).
- Napitupulu, Binur Pretty, And Ivan Benedict. (2019). "Hubungan Penempatan Dan Pengembangan Pegawai Dengan Prestasi Kerja Pada Pardede International Hotel Medan." *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung* 6(1).
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1).
- Putri, Arinda Novela Et Al. (2022). "Strategi Pemasaran Usaha Dimsum (Studi Kasus Di Dimsum Moresto Bandar Lampung)." *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan* 1(2).
- Saragih, Rintan (2017). "Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial". *Jurnal Kewirausahaan*, Vol.3(2).

- Sudrartono, T., & Saepudin, D. (2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Perkembangan Ukm Di Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah*.
- Sudiyanto, Totok, And Rismansyah. (2019). "Analisis Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pt. Hti Bumi Persada Banyuasin." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 13(4).
- Widiyasari, Ike. (2022). "Pengaruh Harga Dan Tempat Usaha Terhadap Pendapatan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Gerai Handphone Di Sukarame, Bandar Lampung) Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung." *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.