

PENGEMBANGAN BISNIS DIMSUM FROZEN BERBASIS E-COMMERCE

Dosen Pengampu:

Indah Khoerunnisa, S.Pd., M.Pd.

Radinal Fadli, S.Pd., M.Pd.T

Wartariyus, S.Kom., M.T.I.



Disusun Oleh:

Kelompok 3

Dio Ageng Fernando	2213025056
Dewati Anjasmita Hendri Yanto	2313025002
Virly Yudha Rinanda	2313025020
Suci Khalishah	2313025036
Yulianti	2313025060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan internet mendorong perubahan cara masyarakat dalam berbelanja, termasuk pada sektor kuliner. Saat ini, konsumen cenderung memilih produk makanan yang praktis, mudah dipesan, dapat disimpan lama, namun tetap memiliki kualitas rasa yang baik. Salah satu produk yang memenuhi kebutuhan tersebut adalah dimsum frozen, yaitu makanan siap saji yang dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu dan mudah disiapkan kapan saja. Melalui pemanfaatan platform e-commerce, penjualan dimsum frozen dapat dilakukan secara lebih efektif karena mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, proses pemesanan lebih cepat, serta memudahkan pengelolaan penjualan. Oleh karena itu, pengembangan bisnis e-commerce pada produk dimsum frozen menjadi peluang yang menjanjikan sekaligus sebagai sarana pembelajaran mahasiswa dalam memahami praktik kewirausahaan digital secara nyata.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana pengembangan bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce dapat dilakukan?
- 2) Platform dan strategi pemasaran digital apa yang efektif untuk memasarkan dimsum frozen?
- 3) Bagaimana proses pemesanan, pembayaran, distribusi, serta kelayakan keuangan bisnis dimsum frozen secara online?

1.3 Tujuan Pengembangan Bisnis

- 1) Mengembangkan bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce agar lebih efektif dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
- 2) Menentukan platform e-commerce dan strategi pemasaran digital yang tepat untuk meningkatkan penjualan dimsum frozen.
- 3) Mewujudkan sistem pemesanan, pembayaran, dan distribusi yang mudah serta menganalisis kelayakan dan keuntungan bisnis dimsum frozen secara online.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Deskripsi Produk & Target Pasar

Produk yang dikembangkan dalam bisnis ini adalah dimsum frozen, yaitu makanan olahan berbahan dasar daging dan tepung yang telah melalui proses pengukusan, kemudian dibekukan agar dapat disimpan lebih lama. Dimsum frozen dipilih karena memiliki beberapa keunggulan, seperti praktis dalam penyajian, tahan lama dalam penyimpanan, serta tetap menjaga cita rasa dan kualitas apabila diolah dengan benar. Konsumen hanya perlu mengukus atau menggoreng kembali produk sebelum dikonsumsi, sehingga sangat cocok untuk gaya hidup masyarakat modern yang mengutamakan kepraktisan.

Target pasar dari bisnis dimsum frozen ini meliputi pelajar, mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga, serta pelaku usaha kecil seperti reseller dan warung makanan. Selain itu, produk ini juga menyasar konsumen yang gemar memasak praktis di rumah serta masyarakat yang terbiasa berbelanja secara online. Dengan harga yang terjangkau dan kemasan yang menarik, dimsum frozen diharapkan mampu menjangkau berbagai kalangan dan bersaing di pasar makanan beku.

2.2 Platform E-Commerce yang Digunakan

Dalam pengembangan bisnis ini, platform e-commerce digunakan sebagai sarana utama penjualan produk. Beberapa platform yang dimanfaatkan antara lain marketplace populer seperti Shopee dan Tokopedia, serta media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business. Marketplace dipilih karena memiliki jumlah pengguna yang besar, sistem pembayaran yang aman, serta fitur promosi yang mendukung penjualan produk makanan. Dan media sosial digunakan sebagai pendukung pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Melalui Instagram, pelaku usaha dapat menampilkan foto produk, testimoni pelanggan, serta informasi promo. WhatsApp Business dimanfaatkan untuk melayani pemesanan langsung, konsultasi produk, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. Kombinasi platform ini diharapkan mampu meningkatkan jangkauan pemasaran dan memudahkan proses transaksi.

2.3 Strategi Pemasaran Digital

1. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi

Media sosial, khususnya Instagram, dimanfaatkan sebagai media promosi utama dalam pemasaran produk dimsum frozen. Platform ini digunakan untuk menampilkan foto produk dengan tampilan menarik, video proses penyajian, serta konten edukatif mengenai cara penyimpanan dan penyajian dimsum frozen yang benar. Melalui konten yang konsisten dan informatif, media sosial berperan penting dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) serta menarik minat calon konsumen.

2. Promosi dan Optimalisasi Fitur Marketplace

Marketplace seperti Shopee dan Tokopedia digunakan sebagai saluran pemasaran digital yang efektif karena memiliki jangkauan pengguna yang luas. Berbagai fitur promosi seperti diskon, voucher, gratis ongkir, dan paket bundling dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, pengelolaan tampilan toko online, penulisan deskripsi produk yang detail, serta penggunaan foto produk berkualitas menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian.

3. Strategi Penetapan Harga dan Program Promo

Penetapan harga produk dilakukan dengan mempertimbangkan daya beli target pasar serta harga produk sejenis di pasaran. Program promo seperti potongan harga pada momen tertentu, pembelian dalam jumlah banyak, atau promo khusus pelanggan setia diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi ini bertujuan untuk menjaga daya saing produk sekaligus menarik konsumen baru.

4. Membangun Interaksi dan Kepercayaan Konsumen

Interaksi aktif dengan konsumen dilakukan melalui fitur komentar, pesan langsung, dan layanan pelanggan di marketplace maupun WhatsApp Business. Respons yang cepat dan pelayanan yang ramah menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, ulasan dan testimoni pelanggan dijadikan sebagai bahan evaluasi sekaligus sarana promosi tidak langsung yang dapat meningkatkan reputasi produk di pasar digital.

2.4 Proses Pemesanan, Pembayaran, & Pengiriman

1. Alur Pemesanan Produk secara Online

Proses pemesanan dimsum frozen dilakukan secara online melalui marketplace dan layanan pemesanan langsung menggunakan WhatsApp Business. Konsumen dapat memilih jenis produk, menentukan jumlah pesanan, serta mengisi data pengiriman dengan mudah. Sistem pemesanan yang sederhana dan jelas dirancang untuk meminimalkan kesalahan transaksi serta memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam berbelanja.

2. Sistem Pembayaran yang Aman dan Beragam

Pembayaran dilakukan melalui berbagai metode yang disediakan oleh platform e-commerce, seperti transfer bank, dompet digital, dan sistem pembayaran lainnya. Penggunaan sistem pembayaran terintegrasi pada marketplace memberikan keamanan bagi konsumen karena transaksi tercatat secara otomatis dan dilengkapi dengan sistem verifikasi pembayaran.

3. Pengemasan Produk Frozen Food

Produk dimsum frozen dikemas menggunakan kemasan kedap udara (vacuum pack) untuk menjaga kebersihan dan kualitas produk. Selain itu, pengemasan dilengkapi dengan bahan pendingin seperti ice gel agar suhu produk tetap terjaga selama proses pengiriman. Label informasi produk juga disertakan sebagai bentuk transparansi kepada konsumen.

4. Distribusi dan Pengiriman Produk

Pengiriman produk dilakukan dengan menggunakan jasa ekspedisi yang mendukung pengiriman makanan beku. Pemilihan jasa pengiriman mempertimbangkan kecepatan dan keamanan distribusi agar produk sampai ke tangan konsumen dalam kondisi baik. Dengan sistem pengiriman yang terencana, kualitas dimsum frozen tetap terjaga dan kepuasan konsumen dapat terpenuhi.

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dari bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce yang dikembangkan, sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan strategi usaha ke depan.

1. Strengths (Kekuatan)

Bisnis dimsum frozen memiliki keunggulan dari segi kepraktisan produk, karena mudah disimpan dan diolah kembali oleh konsumen. Produk ini juga memiliki daya tahan yang cukup lama dibandingkan makanan segar, sehingga risiko kerusakan dapat ditekan. Pemanfaatan platform e-commerce seperti marketplace dan media sosial menjadi kekuatan tersendiri karena mampu menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus membuka toko fisik. Selain itu, sistem pembayaran dan pengiriman yang sudah terintegrasi pada marketplace memudahkan proses transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Kelemahan dari bisnis ini terletak pada ketergantungan terhadap sistem pengiriman, khususnya untuk produk makanan beku yang membutuhkan penanganan khusus. Biaya pengemasan dan pengiriman frozen food relatif lebih tinggi dibandingkan produk non-frozen. Selain itu, bisnis ini masih memiliki keterbatasan dalam hal produksi skala besar dan promosi yang optimal karena dijalankan sebagai usaha rintisan.

3. Opportunities (Peluang)

Peluang bisnis dimsum frozen cukup besar seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan praktis dan siap saji. Perkembangan e-commerce dan kebiasaan belanja online membuka kesempatan untuk memperluas pasar tanpa batasan wilayah. Produk ini juga memiliki peluang untuk dikembangkan melalui variasi rasa, kemasan, serta sistem reseller guna meningkatkan volume penjualan.

4. Threats (Ancaman)

Ancaman yang dihadapi berasal dari persaingan dengan produk sejenis yang sudah lebih dulu dikenal di pasaran. Selain itu, perubahan harga bahan baku, biaya logistik, serta kendala pengiriman seperti keterlambatan ekspedisi dapat memengaruhi kualitas produk dan kepuasan konsumen. Faktor kepercayaan konsumen terhadap produk makanan frozen yang dijual secara online juga menjadi tantangan tersendiri.

2.6 Ringkasan Keuangan / Potensi Laba

Ringkasan keuangan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai kebutuhan modal awal serta potensi keuntungan dari bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce. Usaha ini dirancang dengan modal awal sebesar Rp 1.000.000, sehingga mudah dijalankan oleh mahasiswa namun tetap memiliki peluang keuntungan.

A. Modal dan Biaya Produksi

Modal awal digunakan untuk pembelian bahan baku, kemasan, serta biaya pendukung produksi dalam satu periode produksi (1 bulan). Berikut rumus untuk menghitung biaya produksi

Total Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Kemasan + Biaya Pendukung

No	Jenis Biaya	Estimasi Biaya
1	Bahan baku (daging, tepung, bumbu)	600.000
2	Kemasan (vacuum pack, ice gel, label)	250.000
3	Biaya pendukung (gas, listrik, promosi online)	150.000
Total Modal		1.000.000

Dengan modal tersebut, usaha mampu memproduksi sekitar 200 pack dimsum frozen per bulan. Biaya produksi per pack:

$$\text{Rp } 1.000.000 / 200 = \text{Rp } 5.000$$

B. Pendapatan Usaha

Harga jual dimsum frozen ditetapkan sebesar Rp 15.000 per pack dengan target penjualan 200 pack per bulan. Berikut rumus untuk menghitung pendapatan

$$\text{Pendapatan} = \text{Jumlah Produk Terjual} \times \text{Harga Jual}$$

Keterangan	Jumlah
Harga jual per pack	Rp 15.000
Jumlah terjual per bulan	200 pack
Total Pendapatan	Rp 3.000.000

C. Laba / Keuntungan

Keuntungan usaha diperoleh dari selisih antara total pendapatan dan total biaya produksi.

Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Pendapatan	3.000.000
Total Biaya Produksi	1.000.000
Laba Bersih per Bulan	2.000.000

Dengan demikian, bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce memiliki potensi laba bersih sebesar Rp 2.000.000 per bulan. Apabila usaha dijalankan secara konsisten, maka potensi laba per tahun dapat mencapai:

$$\text{Rp } 2.000.000 \times 12 = \text{Rp } 24.000.000 \text{ per tahun}$$

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis dimsum frozen berbasis e-commerce merupakan peluang usaha yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat saat ini. Produk dimsum frozen memiliki keunggulan dari segi kepraktisan, daya simpan, dan kemudahan distribusi melalui platform digital. Pemanfaatan marketplace dan media sosial mampu membantu proses pemasaran, pemesanan, hingga pembayaran secara lebih efektif dan efisien. Dari sisi keuangan, bisnis ini memiliki potensi laba yang cukup baik apabila dikelola secara konsisten dan berkelanjutan.

3.2 Saran

Agar bisnis dimsum frozen dapat berkembang lebih optimal, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan variasi rasa agar mampu bersaing di pasaran. Strategi promosi digital juga perlu ditingkatkan, baik melalui konten media sosial maupun fitur promosi di marketplace. Selain itu, pengelolaan keuangan dan pemilihan jasa pengiriman yang tepat sangat penting untuk menjaga kualitas produk serta kepuasan konsumen.