

LAPORAN AKHIR BISNIS

EATME BROWNIES



Disusun oleh :

Tiyas Purwaningrum

21211068

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

SARJANA TERAPAN FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

HALAMAN PENGESAHAN

EATME BROWNIES



Disusun oleh :

Nama : Tiyas Purwaningrum
No. Mahasiswa : 21211068
Program Studi : Bisnis Digital

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal : 18 Agustus 2025



Eri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc.

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

LAPORAN AKHIR BISNIS

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan

Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Tiyas Purwaningrum

No. Mahasiswa : 21211068

Program Studi : Bisnis Digital

Penguji 1 : Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc. ()

Penguji 2 : Maisaroh, S.E., M.Si. ()

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E.,MM)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Genap 2024/2025, hari Rabu, 27 Agustus 2025, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **Tugas Akhir** yang disusun oleh :

Nama : Tiyas Purwaningrum
NIM : 21211068
Judul : Proyek Bisnis " Eatme Brownies "
Dosen Pembimbing : Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nilai : A

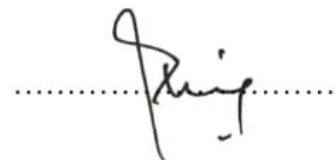
Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji

Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.



Maisaroh, S.E., M.Si.



Mengetahui

Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Kaprodi D4 Bisnis Digital



.....
Siswanto Darmawan, S.E., M.M.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian magang pada tanggal : 30 Januari 2025 memutuskan bahwa:

UJIAN MAGANG

Dilaksanakan oleh : **Tiyas Purwaningrum**

Nomor Mahasiswa : **21211068**

Program Studi : **Bisnis Digital**

Tempat Magang : **Dewi Media Lestari**

Telah diujikan didepan Tim Penguji dan dinyatakan :

*) ~~LULUS/TIDAK LULUS~~

Dengan Nilai: **A**

Apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

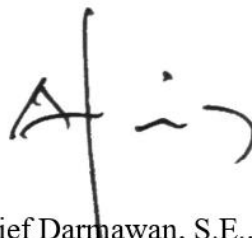
Dosen Pembimbing



Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Mengetahui

Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Ketua Prodi D4 Bisnis Digital



Arief Darmawan, S.E., M.M.

Catatan:

*) *Coret yang tidak diperlukan*

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tiyas Purwaningrum

NIM : 21211068

Jurusan : Bisnis Digital

Judul : Laporan Akhir Bisnis Eatme Brownies

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul "Eatme brownies" adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung unsur penjiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Semua kutipan dan referensi yang digunakan dalam tugas akhir ini telah saya sebutkan dengan jelas dan sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku. Saya bertanggung jawab sepenuhnya atas keaslian karya ini dan siap menerima sanksi akademik apabila terbukti melanggar ketentuan tentang hak cipta atau plagiarisme.

Klaten, 4 April 2024



(Tiyas Purwaningrum)

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas pengembangan Eatme brownies, sebuah usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner dengan fokus pada produk fudgy brownies bebas gluten yang dibuat menggunakan bahan-bahan premium. Konsep usaha ini hadir sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, sekaligus menjawab kebutuhan akan camilan enak namun tetap berkualitas. Eatme brownies memanfaatkan media sosial sebagai kanal utama pemasaran, dengan menampilkan desain konten yang menggugah selera dan membangun engagement dengan audiens. Dalam proses perancangannya, digunakan pendekatan Business Model Canvas untuk menggambarkan strategi bisnis dari berbagai aspek seperti pengelolaan produksi, keuangan, distribusi, hingga pengembangan relasi pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan pendekatan digital yang tepat dan diferensiasi produk yang kuat, Eatme brownies memiliki peluang

besar untuk tumbuh dan bersaing di industri kuliner kreatif yang terus berkembang.

Kata Kunci: fudgy brownies gluten-free, bisnis kuliner rumahan, media sosial, diferensiasi produk, strategi digital

ABSTRACT

This final project discusses the development of Eatme brownies, a home business engaged in the culinary sector with a focus on gluten-free fudgy brownies products made using premium ingredients. This business concept is present as a response to the increasing public awareness of a healthy lifestyle, while also answering the need for delicious but quality snacks. Eatme brownies utilizes social media as the main marketing channel, by displaying appetizing content designs and building engagement with the audience. In the design process, the Business Model Canvas approach is used to describe business strategies from various aspects such as production management, finance, distribution, to developing customer relations. The results of the analysis show that with the right digital approach and strong product differentiation, Eatme brownies has a great opportunity to grow and compete in the ever-growing creative culinary industry.

Keywords: gluten-free fudgy brownies, home culinary business, social media, product differentiation, digital strategy

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahillobbilalamin Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya mampu menyelesaikan Laporan Akhir Proyek Bisnis dengan judul “ *Eatme brownies* ” ini dengan baik. Laporan Akhir Proyek Bisnis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Universitas Islam Indonesia. Melalui Laporan Akhir Proyek Bisnis ini, saya mencoba untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai perkembangan bisnis.

Saya menyadari bahwa penyusunan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah subhanahu wa ta'ala yang maha dari atas segala-Nya atas semua kesempatan dan nikmat berkah nya.

2. Keluarga saya, papa mama dan adik yang saya cintai yang senantiasa memberi kasih sayang serta memberikan banyak sekali doa dan juga support dalam segala hal sehingga saya bisa menyelesaikan Laporan Akhir Proyek Bisnis ini dengan lancar.
3. Bapak Arief Darmawan, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc. sebagai pembimbing tugas akhir saya yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar dan penuh dedikasi selama proses penulisan Laporan Akhir Proyek ini.
5. Teman teman yang saya sayangi yang memberikan support Risma Aprillian, Vian Aditri, Theresia Filin, Wardhatun Isnaini, Yussri Zakharia, Adinda Dewi, Siti Nur rohmah, Dela Aprilianti, Dhiya Alya, Melisa Aprilia, Virginia Pramita dan Berilian Ayu yang turut memberikan masukan, saran, dan semangat dalam setiap tahap penyelesaian Laporan Akhir Proyek Bisnis ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan doa yang telah diberikan. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala membalas

dengan pahala yang setimpal dan berlipat ganda. Saya menyadari bahwa Laporan Proyek Bisnis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saya memohon maaf atas segala kekurangan yang ada. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 17 Maret 2025



Tiyas Purwaningrum

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|----|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| EATME BROWNIES | ii |

| | |
|--------------------------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN | Error! Bookmark not defined. |
| LAPORAN AKHIR BISNIS..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT..... | ix |
| KATA PENGANTAR..... | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| DAFTAR TABEL..... | xxi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xxii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Analisis Lingkungan..... | 6 |
| BAB II DESKRIPSI BISNIS..... | 10 |
| 2.1 Profil Bisnis..... | 10 |
| 2.2 Model Bisnis (<i>Business Model Canvas</i>)..... | 14 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Aspek Operasional | 19 |
| 2.3.1 Rencana Desain Produk..... | 19 |
| 2.3.2 Peralatan Produksi..... | 20 |
| 2.3.3 Ketepatan Lokasi..... | 21 |
| 2.3.4 Kapasitas Produksi..... | 21 |
| 2.3.5 Proses Produksi..... | 22 |
| 2.3.6 Tata letak atau layout..... | 23 |
| 2.3.7 Rancangan Kualitas..... | 24 |
| 2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran | 26 |
| 2.4.1 Strategi STP (<i>Segmenting, Targeting dan Positioning</i>)..... | 26 |
| 2.4.2 <i>Marketing Mix</i> (4P)..... | 28 |
| 2.5 Aspek Organisasi/Sumber Daya Manusia | 30 |
| 2.5.1 Struktur Organisasi..... | 30 |
| 2.5.2 Deskripsi Pekerjaan..... | 30 |
| 2.5.3 Kualifikasi Pekerjaan..... | 31 |
| 2.5.4 Sistem Perekrutan..... | 32 |

| | | |
|----------------|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.5.5 | Rencana Sistem Penggajian/Kompensasi | 33 |
| 2.6 | Aspek Keuangan | 34 |
| 2.6.1 | Kebutuhan Investasi | 35 |
| 2.6.2 | Biaya Bahan Baku Produksi | 36 |
| 2.6.3 | Biaya Gaji Tenaga Kerja | 40 |
| 2.6.4 | Biaya Operasional | 41 |
| 2.6.5 | Sumber Pendanaan | 42 |
| 2.6.7 | Perhitungan Harga | 42 |
| 2.7 | Aspek Teknologi | 48 |
| BAB III | LAPORAN PENGEMBANGAN BISNIS | 50 |
| 3.1 | Profil Bisnis | 50 |
| 3.2 | Tinjauan Aspek Pemasaran | 51 |
| 3.2.1 | Pemasaran Produk (<i>Content Marketing</i>) | 51 |
| 3.2.2 | Penentuan Harga dan Distribusi Produk | 55 |
| 3.3 | Tinjauan Aspek Operasi/Produksi | 58 |
| 3.3.1 | Proses Produksi | 64 |

| | | |
|---------------|---------------------------------------------------|------------|
| 3.3.2 | Produk yang dihasilkan | 69 |
| 3.4 | Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia | 75 |
| 3.4.1 | Jumlah Tenaga Kerja dan Struktur organisasi | 75 |
| 3.4.2 | Sistem Penggajian/Kompensasi | 80 |
| 3.5 | Tinjauan Aspek Keuangan | 81 |
| 3.5.1 | Penjualan | 81 |
| 3.5.2 | Laporan Laba Rugi | 87 |
| 3.5.3 | Laporan Arus Kas | 88 |
| 3.5.4 | Neraca | 90 |
| 3.6 | Tinjauan Aspek Teknologi | 93 |
| BAB IV | IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH | 101 |
| 4.1 | Identifikasi Masalah | 101 |
| 4.2 | Bidang Pemasaran | 102 |
| 4.3 | Bidang Operasi/Produksi | 103 |
| 4.4 | Bidang Sumber Daya Manusia | 103 |
| 4.5 | Bidang Keuangan | 104 |

| | |
|------------------------------------------------|------------|
| 4.6 Bidang Teknologi Digital..... | 105 |
| BAB V KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT..... | 106 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 106 |
| 5.2 Tindak Lanjut..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 112 |
| LAMPIRAN..... | 114 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Logo Eatme brownies..... | 51 |
| Gambar 3.2 Akun Instagram Eatme brownies..... | 53 |
| Gambar 3.3 Stand Berjualan di Car Free day..... | 54 |
| Gambar 3.4 Tampilan Pengenalan Produk Baru Soft Cookies..... | 55 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.5 Pricelist Eatme brownies | 57 |
| Gambar 3.6 Layout Tempat Produksi | 63 |
| Gambar 3.7 Alur Pembuatan Fudgy brownies | 66 |
| Gambar 3.8 Alur Pembuatan Soft Cookies | 69 |
| Gambar 3.9 Produk Fudgy Brownies | 71 |
| Gambar 3.10 Produk Fudgy Brownies Dengan Packaging | 71 |
| Gambar 3.11 Produk Browniess Kering | 72 |
| Gambar 3. 12 Produk Brownies Kering Dengan Packaging | 72 |
| Gambar 3.13 Produk Soft Cookies | 73 |
| Gambar 3.14 Produk Soft Cookies Dengan Packaging | 73 |
| Gambar 3.15 Desain Label Fudgy Brownies dan Brownies Kering | 74 |
| Gambar 3.16 Desain Label Soft Cookies | 74 |
| Gambar 3.17 Struktur Organisasi Bisnis Eatme brownies | 76 |
| Gambar 3.18 Olahan Data Penjualan Eatme Brownies, 2025 | 83 |
| Gambar 3.19 Tampilan Whatsapp Business | 95 |
| Gambar 3.20 Tampilan Instagram dan Tik Tok Eatme brownies | 96 |
| Gambar 3.21 Tampilan Canva Design | 97 |
| Gambar 3.22 Tampilan Bukti Pembayaran Digital | 98 |

| | |
|-------------------------------------------|-----|
| Gambar 3.23 Tampilan Editing Cap Cut..... | 99 |
| Gambar 3.24 Tampilan Toko Shopee..... | 100 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Kebutuhan Bahan Baku Produksi | 59 |
| Tabel 3.2 Data Toko Suplier | 60 |
| Tabel 3.3 Daftar Peralatan Produksi | 61 |
| Tabel 3.4 Deskripsi Pekerjaan | 77 |
| Tabel 3.5 Penjualan Produk Eatme brownies | 84 |
| Tabel 3.6 Biaya Produksi Eatme brownies | 86 |
| Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi | 88 |
| Tabel 3.8 Laporan Arus Kas | 89 |
| Tabel 3.9 Neraca Saldo | 90 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Customer Eatme Brownies | 114 |
| Lampiran 2 Proses Pemangganan Fudgy brownies dan brownies Kering | 114 |
| Lampiran 3 Proses Pemanggangan Soft Cookies | 115 |
| Lampiran 4 Customer Eatme brownies | 116 |
| Lampiran 5 Belanja Pembelian Bahan Baku | 117 |
| Lampiran 6 Bukti Review Customer Eatme Brownies | 118 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang terus tumbuh dan berkembang pesat di era modern. Tidak hanya karena makanan adalah kebutuhan pokok, tetapi juga karena telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang mencari pengalaman baru dalam menikmati makanan. Kemunculan tren kuliner, gaya hidup sehat, serta variasi inovasi produk menjadikan sektor kuliner memiliki potensi besar dan peluang yang menjanjikan, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Salah satu faktor utama yang mendukung pesatnya perkembangan bisnis kuliner saat ini adalah kemajuan teknologi digital, terutama di bidang pemasaran. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah mengubah cara pelaku usaha mempromosikan produknya. Media sosial memungkinkan konten visual berupa foto dan video

makanan untuk tersebar luas dan menarik perhatian calon konsumen dalam waktu singkat. Strategi pemasaran digital ini tidak hanya efektif secara biaya, tetapi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis.(Khairani et al., 2025)

Dalam lanskap pemasaran digital ini, *food vlogger* memegang peranan yang penting. Mereka berperan sebagai *influencer* yang mampu memperkenalkan produk kuliner kepada khalayak luas melalui konten-konten kreatif seperti ulasan makanan, rekomendasi tempat makan, hingga video memasak. Kredibilitas dan jangkauan audiens yang dimiliki *food vlogger* seringkali membuat konsumen lebih percaya dan tertarik mencoba produk yang mereka promosikan. Kolaborasi antara pelaku usaha kuliner dan food vlogger terbukti mampu meningkatkan brand awareness dan penjualan secara signifikan (Poluan et al., 2024).

Kemudahan memulai bisnis kuliner saat ini juga menjadi daya tarik tersendiri. Dengan modal terbatas, siapa pun bisa memulai usaha makanan dari rumah melalui sistem pre-order, dapur bersama (*cloud kitchen*), dan layanan pesan antar online. Berbagai platform digital memberikan akses terhadap pasar yang luas, memungkinkan pelaku

usaha baru untuk bersaing dan berkembang dengan cepat. Perpaduan antara tingginya permintaan akan produk kuliner dan peran *food vlogger* dalam membentuk tren dan promosi, serta dukungan teknologi digital dalam pemasaran, menjadikan bisnis kuliner sebagai salah satu bidang usaha yang potensial di era saat ini.

Secara keseluruhan, prospek bisnis fudgy brownies di Indonesia dinilai menjanjikan. Tingginya permintaan pasar, kemudahan dalam pengembangan produk, serta kebutuhan modal yang relatif terjangkau menjadikan bisnis ini memiliki peluang pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan menjaga konsistensi kualitas, melakukan inovasi secara berkesinambungan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital, fudgy brownies tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan kuliner, tetapi juga berpotensi menjadi salah satu produk unggulan di industri makanan dan minuman di era digital saat ini.

Di era modern yang semakin sadar akan kesehatan dan gaya hidup, fudgy brownies gluten free muncul sebagai salah satu pilihan bisnis kuliner yang menjanjikan. Masyarakat kini tidak hanya mencari makanan yang lezat, tetapi juga mempertimbangkan kandungan nutrisi serta

efeknya terhadap tubuh. Gluten merupakan protein yang terdapat dalam gandum dan produk turunannya yang menjadi perhatian bagi sebagian orang yang memiliki intoleransi gluten (seperti penderita *celiac disease*) maupun mereka yang menerapkan pola makan sehat atau diet bebas gluten. Dengan menghadirkan inovasi fudgy brownies yang bebas gluten, Eatme brownies dapat menjangkau pasar yang spesifik namun berkembang pesat. Kombinasi antara tren dessert kekinian, inovasi produk yang sehat, dan strategi pemasaran digital menjadikan fudgy brownies gluten free sebagai peluang bisnis kuliner yang relevan, adaptif, dan berpotensi sukses di tengah tingginya kompetisi industri makanan saat ini (Nikawati et al., 2020).

Usaha fudgy brownies juga memiliki keunggulan dari segi modal yang relatif kecil dan fleksibilitas operasional, karena bisa dijalankan dari skala rumahan hingga industri. Meskipun proses produksinya sederhana, hasil akhirnya memiliki nilai jual tinggi. Permintaan konsumen terhadap fudgy brownies juga tergolong tinggi, karena termasuk dalam kategori comfort food dengan rasa coklat yang kaya dan tekstur memuaskan, yang membawa unsur kenyamanan dan nostalgia. Potensi pasar untuk

fudgy brownies pun luas, mencakup berbagai saluran distribusi seperti toko kue, kafe, pasar lokal, hingga platform online. Fudgy brownies juga cocok dijadikan hampers atau sajian dalam berbagai acara khusus, sehingga membuka peluang besar dalam menjangkau beragam segmen pasar.

Eatme brownies membuat inovasi dalam pembuatan fudgy brownies dengan bahan bebas gluten menjadi peluang bisnis yang menarik. Dengan mengganti tepung terigu dengan bahan alternatif seperti tepung singkong (mocaf) fudgy brownies dapat dinikmati oleh konsumen yang memiliki kebutuhan khusus tanpa mengorbankan cita rasa dan tekstur fudgy yang menjadi ciri khas brownies. Fudgy brownies ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen dengan alergi gluten, tetapi juga menarik bagi konsumen yang mengadopsi pola makan sehat dan diet bebas gluten. Selain fudgy brownies, Eatme brownies juga mengembangkan varian brownies kering gluten free dan sugar free dengan campuran kelapa sehingga mengurangi penggunaan tepung serta memberikan rasa gurih yang lezat pada brownies kering nya, yang cocok untuk konsumen yang sedang menjalani program diet atau

mengurangi asupan gula, namun tetap ingin menikmati camilan lezat. Inovasi ini menjadikan produk Eatme relevan, adaptif, dan berdaya saing tinggi di tengah kompetisi industri makanan. Dengan kemasan menarik dan pemasaran digital yang efektif, produk-produk ini tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar sehat modern, tetapi juga membuka peluang usaha yang luas dan berkelanjutan. Selain itu, inovasi ini juga dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan nilai tambah fudgy brownies di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Dengan kemasan menarik dan strategi pemasaran yang tepat, brownies gluten free dapat menjadi produk unggulan yang diminati oleh pasar modern.

1.2 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan memegang peranan penting dalam menyusun analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) karena dapat membantu Eatme brownies memahami situasi dan faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan usaha. Analisis lingkungan menunjukkan sejumlah kekuatan strategis yang mendukung pertumbuhan bisnis Eatme brownies seperti, lokasi rumah produksi di kota memberikan kemudahan

akses distribusi dan bahan baku serta kedekatan dengan konsumen potensial. Produk unggulan berupa fudgy brownies gluten-free menjadi inovasi yang membedakan Eatme brownies dari kompetitor, khususnya bagi konsumen yang mengutamakan gaya hidup sehat. Penggunaan bahan-bahan premium juga meningkatkan kualitas produk sehingga lebih unggul di pasaran. Selain itu, fleksibilitas toko dalam melakukan penjualan di berbagai lokasi strategis seperti bazar kecil dan Car Free Day memungkinkan perluasan jangkauan pasar secara *offline*. Dukungan pemasaran aktif melalui media sosial semakin memperluas pasar dan memperkuat hubungan langsung dengan konsumen, sehingga keseluruhan faktor ini memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan bisnis Eatme brownies.

Tabel 1. 1 Analisis Matrix SWOT Eatme brownies

| | Strength | Weakness |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> a. Eatme terletak di kota sehingga mudah di akses b. Nama Brand Eatme Menarik c. Mudah diingat, memiliki daya tarik dan terdengar menggoda. d. Inovatif sesuai dengan tren masa kini e. Kemudahan dalam pembelian melalui platform online atau medsos. | <ul style="list-style-type: none"> a. Baru memulai usaha jadi butuh usaha ekstra untuk membangun pengenalan merek dan kepercayaan pasar. b. Bagian produksi, keuangan dan pemasaran masih di keola sendiri. c. brownies punya masa simpan terbatas, terutama jika tidak menggunakan bahan pengawet. d. Eatme berlokasi di klaten yang dimana hanya kabupaten kecil. |
| Opportunities | SO (Strength–Opportunities) | WO (Weakness–Opportunities) |
| <ul style="list-style-type: none"> a. Membuat konten di media sosial bisa meningkatkan awareness seperti membuat tutorial membuat brownies ala Eatme brownies, dan review rasa dari brownies. b. Pemasaran Digital dan Penjualan Online marketplace, Instagram, dan tik tok membuka peluang ekspansi luas tanpa perlu toko fisik. c. Membuat grup komunitas untuk membantu memasarkan produk d. Inovasi produk, variasi produk dan menambah variasi kue atau cookies yang banyak di minati masyarakat sekarang. | <ul style="list-style-type: none"> a. Berinovasi dengan menggunakan teknologi digital. b. Membuat konten yang menarik di Instagram dan tik tok memanfaatkan visual dan storytelling. c. Fokus pada penjualan online menggunakan kekuatan brand dan visual produk untuk menjangkau pasar nasional tanpa harus membuka toko fisik. | <ul style="list-style-type: none"> a. Testimoni pelanggan mulai dari produk, kemasan, rasa produk, hingga pelayanan. b. Menerapkan sistem <i>pre-order harian</i> agar produksi lebih efisien dan produk selalu fresh. c. Branding sebagai “<i>fresh-baked only</i>” untuk memberikan kesan premium dan eksklusif. d. Selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan pelanggan. |

| Treat | ST (Strength-Threat) | WT (Weakness-Threat) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> a. Persaingan harga dengan produk toko roti besar yang sudah terkenal. b. Perubahan tren makanan yang cepat sehingga selera pasar bisa berubah dengan cepat harus siap berinovasi agar tetap relevan. c. Biaya operasional & bahan baku naik harga bahan-bahan seperti coklat, telur, dan mentega bisa fluktuatif dan berdampak langsung. | <ul style="list-style-type: none"> a. Memastikan kualitas rasa dan visual tetap konsisten. b. Membangun loyalitas pelanggan melalui testimoni. | <ul style="list-style-type: none"> a. Eatme brownies memperluas pemasaran lewat promosi mulut ke mulut, berjalan di Car Free Day, dan konten aktif di media sosial untuk menjangkau lebih banyak konsumen. b. Eatme brownies memanfaatkan testimoni pelanggan dan ulasan positif sebagai strategi promosi untuk meningkatkan kepercayaan calon pembeli dan memperkuat citra brand. |

BAB II

DESKRIPSI BISNIS

2.1 Profil Bisnis

a. Nama Eatme brownies

Eatme brownies hadir dari hobi membuat kue, kecintaan pada dunia kuliner, dan inspirasi dari selebgram Jennifer Copen yang sukses membangun bisnis brownies nya membuat saya terinspirasi oleh semangat dan kehangatan dari sepotong kue, sehingga saya menciptakan Eatme sebagai ajakan manis untuk menikmati momen dan mencintai diri sendiri lewat rasa yang tulus dan sepotong brownies coklat yang legit. "Eatme brownies" lahir dari keinginan sederhana yaitu menghadirkan kebahagiaan kecil dalam setiap gigitan. Membuat sepotong brownies bisa lebih dari sekadar camilan namun bisa jadi pelipur lara, teman setia di tengah kesibukan, atau bentuk cinta yang dikirim diam-diam. Nama "Eatme" bukan hanya ajakan, tapi simbol dari rasa yang begitu menggoda

dan kehangatan yang terasa nyata. Setiap brownies dibuat dengan sepenuh hati, karena kami tahu, rasa yang tulus akan selalu terasa di lidah dan sampai ke hati.

b. Lokasi

Margomulyo Gg. Rebo 32D, Gergunung, Kecamatan Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, Indonesia.

c. Bidang kegiatan/usaha produk yang di hasilkan

Food and Beverage (Makanan) Produk : Kue fudgy brownies

d. Target Pasar

Eatme brownies menawarkan produk secara langsung kepada konsumen (B2C) *Business to Customer* dengan target yang di tuju adalah, pelajar, mahasiswa, pekerja, ibu rumah tangga dan seseorang yang menyukai makanan manis khusus nya coklat.

e. Gambaran pesaing

Pesaing dari produk Eatme brownies adalah toko roti yang ada di klaten dan juga beberapa pengusaha homemade yang juga menjual produk brownies homemade.

Kekuatan pesaing :

- 1) Kompetitor merupakan brand toko kue besar dan sudah terkenal

Kelemahan pesaing :

- 1) Harga lebih mahal.
- 2) Rasa tidak se enak dan se coklat "Eatme brownies".
- 3) Tidak memiliki media sosial dan konten yang menarik.
- 4) Tidak memiliki banyak varian rasa atau varian topping

f. Keunggulan/keunikan yang dimiliki

Eatme brownies hadir dengan keunggulan utama pada kualitas bahan menggunakan cokelat premium pilihan untuk menghasilkan rasa yang legit, pekat, namun tetap seimbang dan tidak terlalu manis sehingga tidak membuat eneg. Eatme brownies juga menghadirkan inovasi dalam bentuk varian *gluten-free* untuk konsumen yang lebih memperhatikan pola makan, serta menawarkan beragam topping menarik agar setiap potongan brownies memberikan pengalaman rasa yang berbeda. Eatme

brownies bukan sekadar camilan, tapi bentuk kenikmatan yang dibuat dengan perhatian dan cita rasa tinggi.

g. Teknologi yang akan di adopsi dan gambaran lain yang relevan

Pemanfaatan teknologi oleh Eatme brownies menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan efektivitas operasional dan jangkauan pemasaran di era digital saat ini. Berbagai perangkat digital seperti smartphone dan laptop digunakan untuk mendukung aktivitas bisnis sehari-hari, mulai dari proses transaksi hingga promosi produk. Dalam operasionalnya, Eatme brownies memanfaatkan beberapa aplikasi penunjang, seperti WhatsApp yang digunakan untuk berkomunikasi langsung dengan calon pembeli sekaligus sebagai media promosi. Instagram dimanfaatkan sebagai platform utama pemasaran visual melalui fitur story, reels, dan feed, serta untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui direct message. Untuk mendukung tampilan visual yang menarik, Eatme brownies menggunakan Canva dalam pembuatan desain logo brand dan konten promosi. Sementara itu, dalam hal transaksi pembayaran, bisnis ini memanfaatkan aplikasi digital seperti *m-banking*, DANA,

OVO, dan ShopeePay untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran secara cepat dan praktis. Dengan integrasi teknologi ini, Eatme brownies mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih efisien bagi konsumennya.

2.2 Model Bisnis (*Business Model Canvas*)

Di bawah ini menjabarkan dari setiap point dari BMC yang di miliki oleh Eatme brownies.

1. *Customer Segments*

Segmen konsumen yang di tuju oleh Eatme brownies adalah *Business to Customer* (B2C) dengan target pasar yang di tuju yaitu, perempuan dan laki laki dengan usia 10 tahun ke atas pelajar perempuan atau laki laki, perempuan dan laki laki yang bekerja (berpenghasilan), semua orang yang menyukai makanan khususnya rasa coklat.

2. *Value Proposition*

Bahan baku yang digunakan berkualitas sehingga produk yang di hasilkan pun premium. Rasa coklat yang di hasilkan pun berbeda dengan brownies lain nya, karena rasa coklat nya tidak hanya manis saja tetapi juga ada *hint dark chocolate*.

3. *Channels*

Saluran yang di gunakan untuk mempromosikan adalah melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Tiktok.

4. *Customer Relationship*

Eatme brownies membangun hubungan yang baik dengan customer dengan menjalin komunikasi yang baik dan responsif.

5. *Revenue Streams*

Modal awal untuk menjalankan bisnis Eatme brownies ini adalah berasal dari modal pribadi / uang pribadi. Pendapatan utama di peroleh dari hasil penjualan produk yang di dapat.

6. *Key Activity*

Membuat desain untuk logo brand dan desain untuk label packaging Eatme brownies, melakukan foto dan vidio produk serta membuat draft untuk membuat konten untuk pemasaran produk.

Mengembangkan inovasi produk serta mengelola media sosial sebagai platform online yang di gunakan untuk pemasaran digital.

7. *Key Resource*

Sumber daya pendukung yang di gunakan dalam kegiatan usaha berupa tempat produksi, listrik, internet, transportasi dan alat komunikasi seperti tablet dan handphone. Adapun tim yang mendukung kegiatan penjualan seperti tim produksi yang bertanggungjawab membantu kegiatan produksi dalam pembuatan brownies dan tim designer yang bertanggung jawab dalam membuat konten grafis di Instagram.

8. *Key Partnership*

Kerja sama yang di jalin oleh Eatme brownies adalah dengan para supplier bahan baku di toko bahan kue, Ojek Online (*Delivery*) dan printing.

9. *Cost Structure*

Biaya yang dikeluarkan merupakan biaya oprasional usaha seperti biaya pembelian bahan baku, biaya gaji untuk upah karyawan tim produksi dan tim designer konten, biaya kemasan (*packaging*).

Business Model Canvas

Key Partnerships

- Supplier bahan baku dari toko bahan kue
- Layanan ojek online untuk pengantaran produk
- Jasa percetakan (printing) untuk kemasan dan label

Key Activities

- Mendesain logo dan label kemasan produk
- Foto dan video produk untuk kebutuhan promosi
- Membuat draft konten pemasaran
- Mengelola media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp)
- Mengembangkan inovasi produk secara berkala

Key Resources

- Tempat produksi, listrik, internet, dan transportasi
- Alat komunikasi: tablet dan handphone
- Tim produksi: menangani pembuatan brownie
- Tim desain: membuat konten grafis Instagram

Value Propositions

- Menggunakan bahan baku premium
- Tekstur fudgy dan kualitas produk terjaga
- Rasa coklat khas dengan hint dark chocolate
- Rasa lebih unik dibandingkan brownie biasa karena ada wangi khas
- Cocok untuk penikmat camilan coklat berkualitas
- Dibuat fresh by order untuk menjaga kualitas

Customer Relationships

- Menjalin komunikasi yang baik dan ramah
- Respon cepat terhadap pertanyaan dan pesanan
- Memberikan pelayanan yang personal
- Membangun loyalitas pelanggan lewat kepuasan layanan

Channels

- Instagram, WhatsApp, TikTok
- Promosi melalui konten foto, video, dan story
- Interaksi langsung dengan pelanggan lewat chat & DM
- Pemesanan dan informasi produk via WhatsApp dan DM Instagram

Customer Segments

- Business to Customer (B2C)
- 10 tahun ke atas
- Perempuan dan laki-laki
- Pelajar SMP, SMA, Mahasiswa
- Karyawan dan pekerja
- Pecinta camilan khususnya coklat
- Pencinta dessert, praktis, dan kekinian dan memperhatikan gaya hidup sehat.

Cost Structure

- Biaya pembelian bahan baku
- Biaya gaji tim produksi dan tim desain
- Biaya kemasan (packaging)
- Biaya operasional lainnya (listrik, internet, dll)

Revenue Streams

- Modal awal berasal dari dana pribadi
- Pendapatan utama dari penjualan produk
- Penjualan dilakukan secara langsung dan online
- Fokus pada repeat order dan loyalitas pelanggan

Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

2.3 Aspek Operasional

Aspek operasional membahas secara menyeluruh rencana desain produk, peralatan produksi, pemilihan lokasi yang tepat, kapasitas produksi, alur proses pembuatan, tata letak (layout) fasilitas, serta rancangan produksi. Seluruh komponen ini dirancang untuk memastikan kegiatan operasional berjalan efisien, menghasilkan produk berkualitas, dan mampu memenuhi permintaan pasar secara optimal.

2.3.1 Rencana Desain Produk



Gambar 2.2 Logo Brand Eatme brownies

Rancangan desain produk Eatme brownies adalah mencakup logo desain kemasan dari produk, serta rancangan kemasan (packaging) produk dengan menggunakan papper bowl kraft dan akan di beri sticker logo Eatme brownies sebagai branding.

2.3.2 Peralatan Produksi

Peralatan produksi merupakan sarana utama yang digunakan dalam proses pembuatan produk, mulai dari tahap persiapan bahan baku hingga menghasilkan produk jadi.

Tabel 2.1 Peralatan Produksi Eatme brownies

| No | Keterangan | Unit | Harga/Unit | Total |
|----|--------------------|------|--------------------|--------------------|
| 1 | Oven | 1 | Rp. 1.600.000,- | Rp. 1.600.000,- |
| 2 | Baskom Besi Adonan | 2 | Rp. 30.000,- | Rp. 60.000,- |
| 3 | Timbangan | 1 | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| 4 | Mixer | 1 | Rp. 350.000,- | Rp. 350.000,- |
| 5 | Spatula | 2 | Rp. 10.000,- | Rp. 20.000,- |

| | | | | |
|--------------------------------|----------------------|---|--------------|----------------------------|
| 6 | Sendok Ukur | 1 | Rp. 10.000,- | Rp. 10.000,- |
| 7 | Loyang | 3 | Rp. 32.000,- | Rp. 64.000,- |
| 8 | <i>Balloon whisk</i> | 1 | Rp. 15.000,- | Rp. 15.000,- |
| 9 | Talenan | 1 | Rp. 25.000,- | Rp. 25.000,- |
| 10 | Saringan | 1 | Rp. 10.000,- | Rp. 10.000,- |
| Total Anggaran Produksi | | | | Rp. 2.204.000,- |

2.3.3 Ketepatan Lokasi

Lokasi produksi dilakukan di rumah pribadi yang terletak di Margomulyo Gg. Rebo Gergunung, Klaten Utara, Klaten. Penjualan dilakukan secara online dengan melalui sistem pemesanan Pre Order, lalu produk akan di kirimkan langsung ke konsumen atau bisa juga di ambil ke rumah produksi.

2.3.4 Kapasitas Produksi

Eatme brownies mempunyai beberapa pilihan menu yang bisa di pilih oleh customer sesuai dengan selera, pesanan di lakukan dengan

sistem pre order menyesuaikan dengan pesanan customer dengan kapasitas produksi setiap bulannya mencapai 40–50 pcs untuk fudgy brownies, 12 pack untuk brownies kering, dan 20 pcs untuk soft cookies, sehingga kualitas dan kesegaran produk tetap terjaga.

2.3.5 Proses Produksi

1. Panaskan mentega dan coklat compoud
2. Masukkan telur dan gula halus mixer sampai kurang lebih 1 menit
3. Lalu masukan lelehan mentega dan coklat yang sudah di lelehkan ke dalam telur dan gula yang sudah di mixer tadi
4. Masukkan tepung terigu protein sedang dan cocoa powder ke dalam adonan sambil di saring agar adonan lembut dan tidak menggumpal
5. Tuangkan adonan loyang lalu masukan ke dalam oven dengan suhu 185 derajat dengan waktu 35 menit.
6. Setelah matang, berikan topping bila ada yang pesan dengan topping.
7. Lalu potong dengan ukuran dadu

8. Setelah itu timbang dengan berat 300 gram di setiap pcs nya

2.3.6 Tata letak atau layout



Gambar 2.3 Layout Tempat Produksi

- a. Tempat Mengadon : Tempat membuat adonan brownies
- b. Meja Oven : Meja tempat di letakkan nya oven

- c. Lemari Alat Alat : Tempat alat alat yang digunakan untuk membuat brownies, seperti spatula, baskom adonan, mixer, sendok ukur dan loyang.
- d. Lemari Bahan Baku : Tempat untuk menyimpan bahan baku, seperti tepung, mentega, cocoa powder, gula halus dll.
- e. Kulkas Penyimpanan : Tempat untuk menyimpan bahan baku yang harus di tempat dingin.
- f. Wastafel : Tempat untuk mencuci dan membersihkan semua alat alat yang digunakan.
- g. Tempat Packing : Area untuk pengemasan produk.

2.3.7 Rancangan Kualitas

Rancangan kualitas merupakan serangkaian langkah terencana yang bertujuan untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang dihasilkan sesuai dengan harapan konsumen serta memenuhi standar yang telah ditentukan. Mengingat Eatme brownies memproduksi makanan, berikut ini adalah tahapan-tahapan rancangan kualitas yang telah diterapkan oleh Eatme brownies

- a. Pemilihan bahan baku yang berkualitas, Pembelian bahan baku
Eatme brownies memilih tempat yang memang menjual bahan
kue yang premium, bermerk dan berkualitas. Memilih butter
yang premium dan coklat compound yang enak dan tidak pahit.
- b. Proses produksi, dalam proses pembuatan adonan memastikan
bahwa adonan halus dan tidak menggumpal, lalu memastikan
dalam proses oven adonan tidak gosong dan bagian luar
brownies tetap garing dan bagian dalam tetap lembut namun
matang.
- c. Rasa, Memastikan brownies tetap rasa coklat yang tebal namun
tidak cekeu (enek).
- d. Proses Pengemasan, dalam proses pengemasan (*packing*)
menggunakan *paper bowl kraft* dan label produk, memastikan
bahwa kemasan tetap rapat agar brownies tetap renyah dan
tidak rasa angin.

2.4 Aspek Pasar dan Pemasaran

2.4.1 Strategi STP (*Segmenting, Targeting dan Positioning*)

1. *Segmentasi*

a. Segmentasi Geografis

Target pasar geografis utama Eatme brownies yaitu seluruh daerah Klaten.

b. Segmentasi Demografis

Target demografis Eatme brownies yaitu masyarakat umum dengan usia di atas 12 tahun yang mencakup semua jenis kelamin. Khusus nya pada generasi Z atau pekerja dan mahasiswa.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis untuk bisnis fudgy brownies mencakup konsumen yang menyukai makanan manis berkualitas tinggi, mencari pengalaman rasa yang lembut dan menyenangkan. Biasanya berusia 15-40 tahun, aktif di media sosial, dan senang berbagi pengalaman kuliner unik dengan teman-teman

atau pengikut online. Konsumen yang peduli tentang kesehatan karena memilih fudgy brownies dengan bahan gluten free.

2. *Targeting*

Yang menjadi target Eatme brownies adalah pelajar, mahasiswa dan pekerja yang menyukai makanan manis terkhusus rasa coklat.

Target konsumen Eatme brownies adalah juga generasi Z yang biasanya memiliki mood yang labil, sehingga brownies adalah makanan manis yang cocok untuk memperbaiki suasana hati.

3. *Positioning*

Eatme brownies memosisikan sebagai fudgy brownies dengan kualitas dan rasa yang premium, rasa coklat yang beda dengan brownies yang lainya karna menggunakan dark coklat sehingga tidak menimbulkan rasa ceku (enek) saat memakan nya. Dengan Ukuran potongan brownies yang besar dan isi yang banyak dengan harga yang murah membuat Eatme brownies lebih di minati konsumen.

2.4.2 *Marketing Mix (4P)*

a. Product

Produk merupakan elemen paling penting dalam bauran pemasaran (Marketing Mix) karena produk yang berkualitas dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Produk yang baik harus memperhatikan cita rasa, bahan baku utama, serta kemasan yang menarik agar dapat menarik minat calon pembeli. Eatme brownies menghadirkan dua varian produk yaitu Fudgy brownies Original dan Fudgy brownies dengan topping . Kedua varian ini dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi tanpa bahan pengawet atau campuran buatan, sehingga menghadirkan rasa autentik dan tekstur yang lembut garing di luar serta lumer di mulut.

b. Price

Harga dari Fudgy brownies di jual dengan harga Rp. 25.000,-/ Papper cup, Fudgy brownies dengan Topping di jual dengan harga Rp. 27.000,-/ Papper cup dan Fudgy brownies Gluten Free di jual dengan harga Rp. 30.000,-/ Paper cup.

c. *Place*

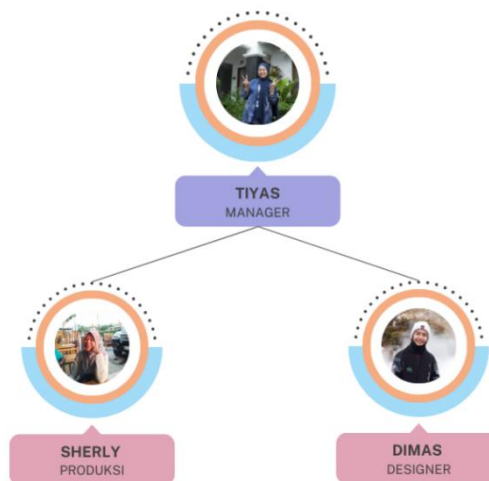
Lokasi dan tempat produksi Eatme brownies bertempat di Margomulyo, Gg. Rebo, Gergunung, Klaten Utara Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Konsumen dapat membeli Eatme brownies dengan cara Pre Order melalui whatsapp atau direct message instagram.

d. *Promotion*

Promosi pemasaran digital yang dilakukan Eatme brownies adalah melalui sosial media dengan aplikasi yang di gunakan yaitu whatsapp dan instagram kedua nya berguna sebagai tempat promosi dan media komunikasi dengan konsumen. Promosi yang di gunakan adalah dengan membuat story instagram, story whatsapp dan juga konten dalam bentuk vidio.

2.5 Aspek Organisasi/Sumber Daya Manusia

2.5.1 Struktur Organisasi



Gambar 2.4 Struktur Organisasi

2.5.2 Deskripsi Pekerjaan

a. Tiyas Purwaningrum (Manager)

Sebagai pemilik usaha Eatme brownies dan bertugas mengawasi semua aspek dari bisnis ini. Mulai dari aspek marketing, aspek pemasaran dan aspek keuangan.

b. Sherly Noviana (Produksi)

Bertanggung jawab untuk membeli bahan baku, proses produksi dan pengemasan.

c. Dimas Ario (Designer)

Membuat konten dan desain promosi untuk Instagram sesuai identitas Eatme brownies, serta siap membantu tim dalam produksi atau pengemasan jika dibutuhkan.

2.5.3 Kualifikasi Pekerjaan

a. Manager

1. Terbiasa mengatur alur kerja dan operasional harian usaha kecil.
2. Punya inisiatif tinggi dan mampu bekerja mandiri tanpa banyak supervisi.
3. Mampu mengatur stok bahan, jadwal produksi, dan kebutuhan tim.
4. Komunikatif, rapi, dan bisa bantu menyusun strategi pemasaran sederhana.
5. Pengalaman di usaha makanan rumahan jadi nilai tambah.

b. Produksi

1. Suka dan terbiasa bekerja di dapur.

2. Bisa mengikuti resep dan standar kebersihan dengan baik.
 3. Teliti, cepat, dan bisa kerja dalam tim kecil.
 4. Bersedia bantu pengemasan dan pekerjaan lain saat dibutuhkan.
 5. Tidak harus berpengalaman, asal mau belajar dan disiplin.
- c. Designer
1. Punya selera desain yang cocok dengan brand rumahan seperti Eatme brownies.
 2. Bisa bikin konten menarik untuk Instagram (Feed, Story, Reels).
 3. Mahir pakai Canva atau aplikasi desain sederhana lainnya.
 4. Kreatif, aktif cari ide, dan paham tren media sosial.
 5. Fleksibel waktu dan terbuka untuk diskusi konsep bareng tim.

2.5.4 Sistem Perekrutan

- a. Rekrutmen tenaga kerja lebih banyak melibatkan anggota keluarga karena bisnis ini masih dalam tahap awal pengembangan.

- b. Keterlibatan keluarga membantu mengurangi beban biaya operasional, khususnya dalam hal gaji atau upah karyawan.
- c. Penggunaan tenaga kerja keluarga dianggap lebih efisien karena tidak memerlukan biaya tambahan yang besar.
- d. Dengan melibatkan keluarga, pemilik usaha dapat lebih mudah mengatur jadwal kerja dan memastikan komitmen terhadap keberlangsungan bisnis.
- e. Strategi ini dilakukan untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan kecil yang masih dalam tahap perintisan.

2.5.5 Rencana Sistem Penggajian/Kompensasi

Sistem kompensasi merupakan bagian penting dalam manajemen sumber daya manusia yang dirancang untuk memberikan penghargaan atas kontribusi karyawan dalam mendukung kelangsungan dan perkembangan usaha. Kompensasi tidak hanya berfungsi sebagai bentuk imbalan finansial, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan motivasi kerja, loyalitas, serta produktivitas tim. Dalam operasional *Eatme brownies*, yang masih berskala rumahan dan fleksibel, sistem kompensasi

disesuaikan dengan kebutuhan bisnis dan karakteristik pekerjaan.

Adapun skema kompensasi yang diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Upah kerja bagian produksi sebesar Rp. 150.000,- dan bagian designer sebesar Rp. 100.000,-
2. Sistem kerja fleksibel sesuai kebutuhan produksi harian dan pesanan masuk.
3. Pekerjaan dapat dilakukan dari rumah terutama untuk tim desain dan pemasaran digital.

2.6 Aspek Keuangan

Keberhasilan dan keberlanjutan sebuah bisnis bergantung pada manajemen keuangan yang terencana dan terstruktur dengan baik. Dalam hal ini, Eatme brownies tidak memerlukan modal yang besar karena bahan dan alat yang di perlukan tidak banyak. Pembiayaan awal diperoleh dari dana pribadi pemilik usaha, yang dialokasikan untuk kegiatan produksi. Perencanaan keuangan usaha ini mencakup rincian biaya tetap, biaya variabel, kebutuhan investasi awal, serta penyusunan

laporan keuangan yang meliputi laporan laba rugi, neraca keuangan, dan arus kas.

2.6.1 Kebutuhan Investasi

Kebutuhan investasi menggambarkan seluruh dana yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan usaha, mencakup biaya pengadaan peralatan, pembelian bahan baku, pengemasan, hingga operasional awal.

Tabel 2.2 Kebutuhan Investasi Eatme brownies

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) | Penyusutan |
|------------------------|-----------------------|------|----------------------|-----------------|-----------------|
| Biaya Investasi | | | | | |
| Perlatan | | | | | |
| 1 | Oven | 1 | Rp. 1.600.000,- | Rp. 1.600.000,- | Rp. 10.000,- |
| 2 | Baskom Besi Adonan | 2 | Rp. 30.000,- | Rp. 60.000,- | Rp. 833,- |
| 3 | Timbangan | 1 | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- | Rp. 500,- |

| | | | | | |
|----|------------------------------|---|---------------|------------------------|-------------------------|
| 4 | Mixer | 1 | Rp. 350.000,- | Rp. 350.000,- | Rp. 833,- |
| 5 | Spatula | 2 | Rp. 10.000,- | Rp. 20.000,- | Rp. 333,- |
| 6 | Sendok Ukur | 1 | Rp. 10.000,- | Rp. 10.000,- | Rp. 200,- |
| 7 | Loyang | 2 | Rp. 32.000,- | Rp. 64.000,- | Rp. 250,- |
| 8 | <i>Balloon whisk</i> | 1 | Rp. 15.000,- | Rp. 15.000,- | Rp. 166,- |
| 9 | Talenan | 1 | Rp. 25.000,- | Rp. 25.000,- | Rp. 166,- |
| 10 | Saringan | 1 | Rp. 10.000,- | Rp. 10.000,- | Rp. 166,- |
| | Total Biaya Investasi | | | Rp. 2.204.000,- | Rp. 13.447,- |

2.6.2 Biaya Bahan Baku Produksi

Kebutuhan disesuaikan dengan kapasitas produksi dalam jangka waktu 1

Bulan/Jumlah pemesanan pada 1 bulan.

Tabel 2.3 Biaya Bahan Baku Produksi Eatme brownies

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
|----|----------------|------|-------------------|-------------|
|----|----------------|------|-------------------|-------------|

| Biaya Bahan Baku | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------|--------|-------------------------|----------------------|
| 1 | Tepung terigu | 4 kg | Rp. 12.000,-/ kg | Rp. 48.000,- |
| 2 | Coklat compound | 3 kg | Rp. 12.300,-/ 250 gr | Rp. 147.600,- |
| 4 | Telur | 1 kg | Rp. 30.000,-/ kg | Rp. 30.000,- |
| 5 | Gula halus | 3 kg | Rp. 5.000,-/ 250 gr | Rp. 60.000,- |
| 6 | Margarine | 3 kg | Rp. 8.800,-/ 200 gr | Rp. 132.000,- |
| 7 | Cocoa Powder | 440 gr | Rp. 8.000,-/ 40 gr | Rp. 88.000,- |
| 8 | Topping | 500 gr | Rp. 10.000,-/ 100 gr | Rp. 50.000,- |
| 9 | Garam | 250 gr | Rp. 3.600,-/ 250 gr | Rp. 3.600,- |
| 10 | Papper Bowl Kraft | 32 pcs | Rp. 2.360,-/ pcs | Rp. 75.520,- |
| 11 | Tepung Mocaf (Glutten free) | 1 kg | Rp. 26.000,-/ kg | Rp. 26.000,- |
| Total Biaya Bahan Baku | | | | Rp. 660.720,- |

Pada tabel 2.4 menampilkan rincian biaya bahan baku brownies kering mencakup seluruh komponen utama yang digunakan dalam proses produksi, seperti tepung, gula, coklat, mentega, telur, serta bahan pelengkap lainnya.

Tabel 2.4 Biaya Bahan Baku brownies Kering

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
|----|-------------------------------|---------|-------------------|----------------------|
| 1. | Tepung Terigu | 700 gr | Rp. 1.200,- | Rp. 8.400,- |
| 2. | Coklat Compound | 1 kg | Rp. 12.300,- | Rp. 49.200,- |
| 3. | Cocoa Powder | 160 gr | Rp. 8.000,- | Rp. 32.000,- |
| 4. | Butter | 600 gr | Rp. 8.800,- | Rp. 26.400,- |
| 5. | Gula Halus | 1 kg | Rp. 5.000,- | Rp. 20.000,- |
| 6. | Telur | 6 butir | Rp. 3.000,- | Rp. 18.000,- |
| 7. | Pouch Packaging | 20 biji | Rp. 700,- | Rp. 14.000,- |
| | Total Biaya Bahan Baku | | | Rp. 168.000,- |

Tabel 2.5 menampilkan rincian biaya bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan soft cookies. Komponen biaya ini mencakup bahan utama seperti tepung terigu, gula, mentega, telur, cokelat chip, serta bahan tambahan lainnya. Perhitungan dilakukan berdasarkan kebutuhan setiap batch produksi, sehingga dapat menjadi acuan dalam mengestimasi total biaya dan menentukan harga jual produk secara tepat.

Tabel 2.5 Biaya Bahan Baku Soft Cookies

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
|----|--------------------|---------|-------------------|-------------|
| 1. | Tepung Terigu | 100 gr | Rp. 1.200,- | Rp. 1.200,- |
| 2. | Brown Sugar | 100 gr | RP. 2.500,- | Rp. 2.500,- |
| 3. | Telur | 1 butir | Rp. 3.000,- | Rp. 3.000,- |
| 4. | Vanilla Essense | 1 pcs | Rp. 6.000,- | Rp. 6.000,- |
| 5. | Butter | 100 gr | Rp. 4.400,- | Rp. 4.400,- |
| 6. | Coklat Compound | 100 gr | Rp. 6.150,- | Rp. 6.150,- |

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
|-------------------------------|----------------|-----------|-------------------|---------------------|
| 7. | Maizena | 20 gr | Rp. 250,- | Rp. 250,- |
| 8. | Baking Powder | 15 gr | Rp. 340,- | Rp. 340,- |
| 9. | Packaging | 10 lembar | Rp. 4.000, | Rp. 4.000,- |
| Total Biaya Bahan Baku | | | | Rp. 27.840,- |

2.6.3 Biaya Gaji Tenaga Kerja

Biaya gaji tenaga kerja mencakup seluruh kompensasi yang diberikan kepada karyawan sebagai imbalan atas kontribusi mereka dalam proses produksi maupun operasional usaha untuk memastikan kesejahteraan tenaga kerja sekaligus menjaga efisiensi biaya operasional.

Tabel 2.6 Biaya Gaji Tenaga Kerja

| No | Keterangan | Gaji |
|----|----------------------|---------------|
| 1 | Gaji Manager | Rp. 200.000,- |
| 2 | Gaji Bagian Produksi | Rp. 150.000,- |
| 3 | Gaji Bagian Designer | Rp. 100.000,- |

2.6.4 Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan secara rutin untuk menunjang aktivitas usaha, mulai dari produksi, distribusi, hingga pelayanan kepada pelanggan. Biaya ini meliputi pengeluaran untuk listrik, air, bahan penunjang, transportasi, hingga perawatan fasilitas dan peralatan.

Tabel 2.7 Biaya Operasional

| No | Jenis Anggaran | Unit | Harga Satuan (Rp) | Jumlah (Rp) |
|----|--------------------------------|------|-------------------|----------------------|
| 1 | Gaji | 1 | Rp. 150.000,- | Rp. 150.000,- |
| 2 | Listrik | 1 | Rp. 50.000 | Rp. 50.000,- |
| 3 | Sewa Tempat | 1 | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| 4 | Internet | 1 | Rp. 20.000,- | Rp. 20.000,- |
| 5 | Transportasi | 1 | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| 6 | Handphone | 1 | Rp. 20.000,- | Rp. 20.000,- |
| | Total Biaya Operasional | | | Rp. 340.000,- |

2.6.5 Sumber Pendanaan

Eatme brownies memerlukan modal untuk memulai usaha Eatme brownies sebesar Rp 4.000.000,- yang berasal dari pelaku usaha sendiri.

2.6.7 Perhitungan Harga

Keputusan untuk mengambil margin keuntungan sebesar 5% didasarkan pada pertimbangan kondisi pasar. Saat ini, area dominan penjualan berada di Klaten, yang merupakan kota kecil dengan daya beli masyarakat yang masih terbatas. Selain itu, usaha ini juga masih dalam tahap awal perintisan, sehingga strategi harga lebih difokuskan pada membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pasar terlebih dahulu, bukan pada besarnya keuntungan. Dengan strategi ini, produk diharapkan lebih mudah diterima oleh konsumen. Ke depan, seiring dengan bertumbuhnya usaha, meningkatnya loyalitas pelanggan, dan meluasnya jangkauan pemasaran, margin keuntungan akan ditingkatkan secara bertahap. Eatme brownies menjual dua varian produk, yaitu Fudgy brownies original atau dengan topping dan Fudgy brownies gluten free. Kedua varian tersebut memiliki struktur perhitungan Harga Pokok

Produksi (HPP) yang tidak sama. Berikut ini adalah uraian HPP dari masing-masing produk yang dihasilkan :

1. HPP Fudgy brownies original

= Biaya oprasional + Biaya bahan baku / Jumlah produk yang

di produksi

= Rp. 290.000,- + Rp. 660.720,- / 40

= Rp. 23.768,-

2. Penentuan Harga Jual Fudgy brownies

a. Harga jual Fudgy brownies original

= Rp. 23.768,-

= Rp. 23.768,- di jual menjadi Rp. 25.000,-

= Rp. 25.000,-

b. Harga jual Fudgy brownies dengan topping

= Rp. 23.768,-

= Rp. 23.768,- + topping Rp. 2.000,-

= Rp. 25.768,- di jual menjadi Rp. 27.000,-

= Rp. 27.000,-

c. Harga jual Fudgy brownies gluten free

= Rp. 23.768,-

= Rp. 23.768,- + Rp. 3.000,- (karena menggunakan
teppung mocaf)

= Rp. 26.768,- di jual menjadi Rp. 30.000,-

= Rp. 30.000,-

3. HPP brownies Kering

= Biaya bahan baku / Jumlah produk yang di produksi

= Rp. 17.125,- / 3 loyang (2 pcs)

= Rp. 8.562,-

4. Penentuan Harga Jual brownies Kering

Harga jual brownies kering

= Rp. 8.562,-

Di jual dengan harga Rp. 12.000,-/ pcs

5. HPP Soft Cookies

= Biaya bahan baku + Jumlah produk yang di produksi

= Rp. 27.840,-/ 8 pcs

= Rp. 3.480,-

6. Penentuan Harga Jual Soft Cookies

a. Harga jual soft cookies original

= Rp. 3.480 di jual menjadi Rp. 5.000,-

= Rp. 5.000,-

b. Harga jual soft cookies oreo

= Rp. 3.480,- + Rp. 1.500,- (topping oreo)

= Rp. 4.980,- di jual menjadi Rp. 6.000,-

= Rp. 6.000,-

c. Harga jual soft cookies redvelvet

= Rp. 3.480,- + Rp. 1.500,- (keju untuk isian)

= Rp. 4.980,- di jual menjadi

= Rp. 6.000,-

d. Harga jual soft cookies chocolate

= Rp. 3.480,- + Rp. 500,- (cocoa powder)

= Rp. 3.980,- di jual menjadi Rp. 5.000,-

= Rp. 5.000,-

BEP (*Break Even Point*)

1. Fudgy Brownies Original

- Produk = Fudgy Brownies

- Harga Jual/ Pcs = Rp. 25.000,-
- Harga Variabel/ Pcs = Rp. 18.473,-
- Biaya Tetap/ Bulan = Rp. 310.000,-

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} &&= (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,- di bagi} &&= (\text{Rp. 25.000,-} - \text{Rp. 18.473,-}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,- di bagi} &&= \text{Rp. 6.527,-} \\
 &= 47 \text{ Pcs}
 \end{aligned}$$

2. Fudgy Brownies Topping

- Produk = Fudgy Brownies Topping
- Harga Jual/ Pcs = Rp. 27.000,-
- Harga Variabel/ Pcs = Rp. 20.473,-
- Biaya Tetap/ Bulan = Rp. 310.000,-

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} &&= (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,-} &&= (\text{Rp. 27.000,-} - \text{Rp. 20.473,-}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,- di bagi} &&= \text{Rp. 6.527,-} \\
 &= \text{Rp. 47 Pcs}
 \end{aligned}$$

3. Fudgy Brownies Gluten Free

- Produk = Fudgy Brownies Gluten Free

- Harga Jual/ Pcs = Rp. 30.000,-
- Harga Variabel/ Pcs = Rp. 19.873,-
- Biaya Tetap/ Bulan = Rp. 310.000,-

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} &&= (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,-} &&= (\text{Rp. 30.000,-} - \text{Rp. 24.873,-}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,- di bagi} &&= \text{Rp. 5.127,-} \\
 &= \text{Rp. 60 Pcs}
 \end{aligned}$$

4. Soft Cookies

- Produk = Soft Cookies
- Harga Jual/ Pcs = Rp. 5.000,-
- Harga Variabel/ Pcs = Rp. 3.480,-
- Biaya Tetap/ Bulan = Rp. 310.000,-

$$\begin{aligned}
 \text{BEP} &= \text{Biaya Tetap} &&= (\text{Harga Jual} - \text{Biaya Variabel}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,-} &&= (\text{Rp. 5.000,-} - \text{Rp. 3.480,-}) \\
 &= \text{Rp. 310.000,- di bagi} &&= \text{Rp. 26.520,-} \\
 &= \text{Rp. 12 Pcs}
 \end{aligned}$$

2.7 Aspek Teknologi

Pemanfaatan teknologi di era modern saat ini menjadi kunci dalam menunjang efektivitas dan kemudahan proses bisnis. Eatme brownies memanfaatkan perangkat digital seperti smartphone dan laptop untuk mendukung kegiatan operasional sehari-hari. Kemajuan teknologi telah membuka peluang untuk melakukan berbagai aktivitas, mulai dari transaksi jual beli hingga promosi produk secara online. Dalam hal pemasaran dan penjualan, Eatme brownies memanfaatkan sejumlah aplikasi marketplace sebagai media distribusi produk kepada konsumen secara lebih luas. Berikut aplikasi yang di gunakan untuk menunjang proses bisnis Eatme brownies adalah :

1. Aplikasi WhatssApp

Aplikasi whatsapp di gunakan untuk berkomunikasi dengan calon pembeli dan juga sebagai media pemasaran.

2. Aplikasi Instagram

Aplikasi instagram di gunakan sebagai media pemasaran melalui story instagram, reels instagram dan feed instagram yang di buat

promosi, dan juga sebagai media komunikasi dengan calon pembeli melalui *direct message*.

3. Aplikasi Canva

Aplikasi canva di gunakan untuk membuat design logo brand, postingan untuk story dan feed instagram.

4. Aplikasi m-banking, dana, ovo dan shopee pay

Aplikasi m-banking, dana, ovo dan shopee pay di gunakan untuk pembayaran digital.

5. *Microsoft Exel dan Google Sheets*

Microsoft Exel dan Google Sheets di gunakan untuk tempat pencatatan stok bahan baku, peralatan, biaya pengeluaran dan pemasukan.

BAB III

LAPORAN PENGEMBANGAN BISNIS

3.1 Profil Bisnis

Eatme brownies mulai beroperasi sejak 9 Maret 2025 sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang F&B (*Food and Beverage*) yang menjual produk kue yaitu fudgy brownies. Penjualan produk dilakukan secara online melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp, yang juga berfungsi sebagai sarana komunikasi langsung dengan pelanggan. Usaha ini hanya menjalankan proses produksi di rumah yang beralamatkan di Margomulyo Gg. Rebo, Gergunung, Klaten Utara, Klaten dan tidak memiliki toko fisik untuk pembelian secara langsung. Sepanjang perjalanan bisnis Eatme brownies aktif mengumpulkan ulasan dan feedback dari konsumen sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan harga. Selain fokus pada rasa, Eatme brownies juga memperkuat branding nya di media sosial dengan menyajikan konten visual menarik agar dapat

menjangkau lebih banyak konsumen serta menjaga hubungan dekat dengan konsumen.



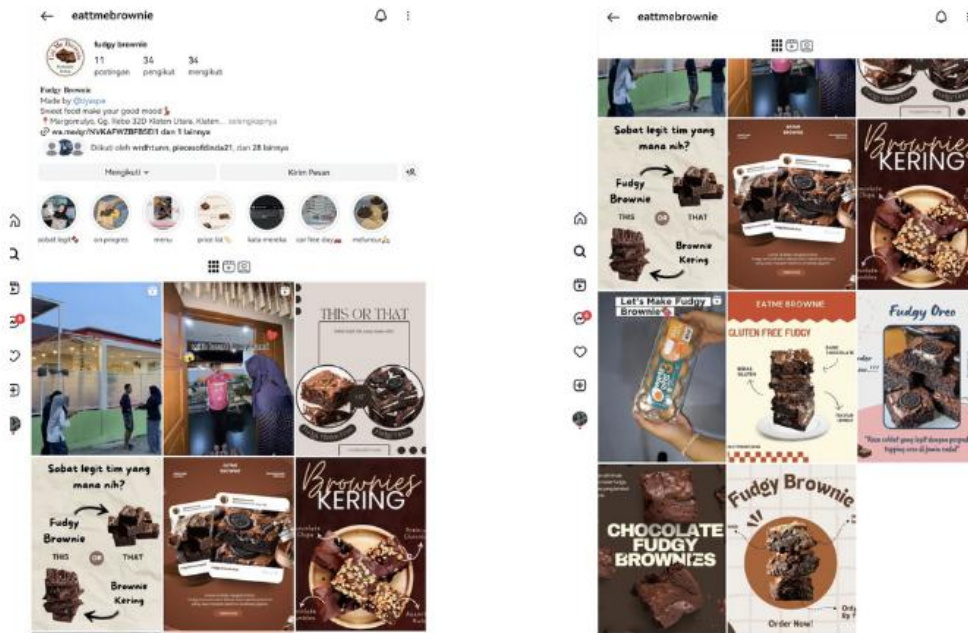
Gambar 3.1 Logo Eatme brownies

3.2 Tinjauan Aspek Pemasaran

3.2.1 Pemasaran Produk (*Content Marketing*)

Eatme brownies menjalankan usaha dengan memanfaatkan strategi promosi melalui media sosial. Di era digital saat ini, banyak konsumen yang mengakses platform online untuk membeli maupun menjual produk. Oleh karena itu, Eatme brownies memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran utama agar produk dapat dikenal lebih luas dan menjangkau pasar yang lebih besar secara efektif.

Untuk mempromosikan produknya, Eatme brownies mengandalkan platform media sosial sebagai alat utama dalam menyebarkan berbagai jenis konten, seperti ulasan pelanggan dan informasi produk. Konten ini dikemas dalam bentuk unggahan di feed dan story instagram. Melalui feed dan story instagram, Eatme brownies berupaya membangun interaksi dengan audiens serta menarik perhatian calon pembeli melalui konten yang menarik dan komunikatif. Desain visual konten umumnya menggunakan kombinasi warna nude pink pastel dan coklat, yang menjadi ciri khas identitas merek. Dalam setiap deskripsi unggahan, Eatme brownies juga menggunakan sapaan khas “#SobatLegit” sebagai cara untuk membangun kedekatan dengan para konsumennya. Berikut ini adalah tampilan akun media sosial Eatme brownies.



Gambar 3.2 Akun Instagram Eatme brownies

Eatme brownies juga memasarkan produknya secara langsung dengan berpartisipasi dalam kegiatan Car Free Day yang diadakan setiap minggu yang berlokasi lokasi di Jl. Mayor Kusmanto, Klaten Utara. Melalui kehadiran di acara ini, Eatme brownies dapat bertemu langsung dengan konsumen, memperkenalkan produk secara personal, serta meningkatkan penjualan dengan cara yang lebih interaktif dan nyata. Kegiatan ini menjadi salah satu cara efektif untuk menjangkau pasar lokal sekaligus

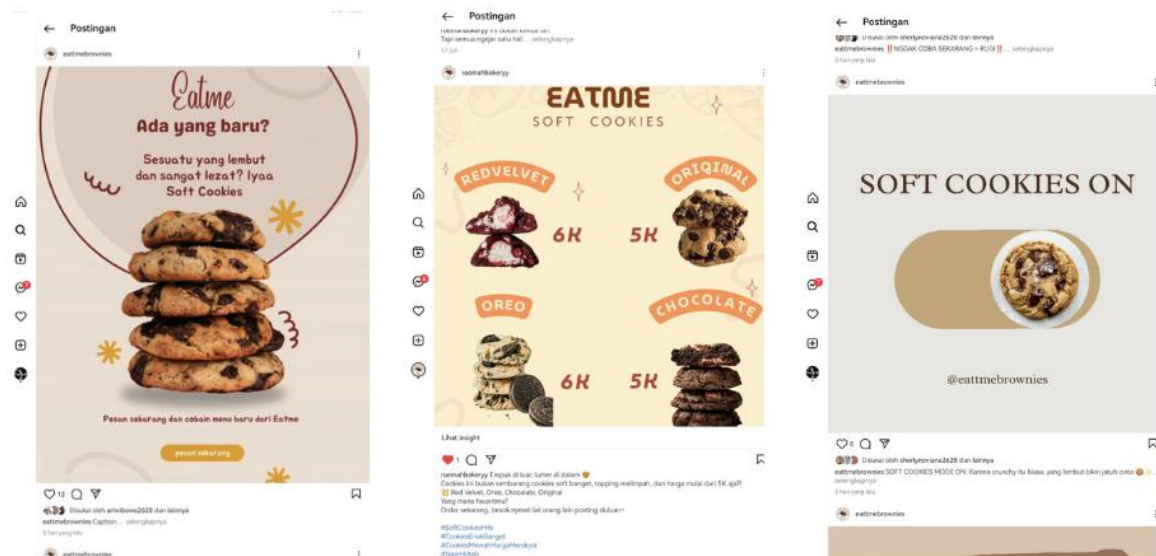
memperkuat brand awareness di tengah masyarakat yang aktif mengikuti event Car Free Day.



Gambar 3.3 Stand Berjalan di Car Free day

Sebagai bentuk respons terhadap meningkatnya permintaan konsumen, Eatme Brownie melakukan inovasi produk dengan menambahkan dua varian baru, yaitu brownies kering dan soft cookies. Inovasi ini bertujuan untuk memperluas pilihan produk serta menjangkau segmen pasar yang lebih beragam. Brownies kering memiliki keunggulan dalam daya tahan produk yang lebih lama dan cocok untuk distribusi jarak jauh, sedangkan soft cookies hadir dengan tekstur lembut dan cita rasa yang sesuai dengan tren konsumsi camilan modern. Kedua produk

ini telah diperkenalkan secara resmi dan informasi lengkap mengenai produk dapat diakses melalui media sosial resmi Eatme Brownie di akun @eattmebrownies.



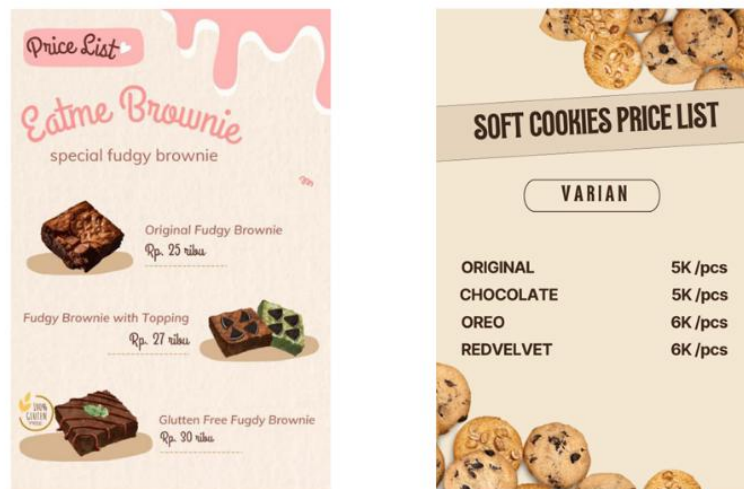
Gambar 3.4 Tampilan Pengenalan Produk Baru Soft Cookies

3.2.2 Penentuan Harga dan Distribusi Produk

Eatme brownies mendistribusikan produknya menggunakan metode *cash on delivery (COD)*, produk di ambil ke eatme dan bisa juga di antar ke konsumen khusus untuk wilayah Klaten dan sekitarnya. Sistem ini memudahkan pelanggan dalam bertransaksi karena pembayaran dilakukan saat produk diterima. Pengiriman dilakukan langsung dari tempat produksi, sehingga kualitas dan kesegaran produk tetap terjaga

hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan metode ini, Eatme brownies berupaya selalu memberikan pelayanan yang praktis dan terpercaya bagi pelanggan.

Melihat tingginya permintaan dari konsumen serta potensi pasar yang terus berkembang, Eatme browniess melakukan inovasi dengan menghadirkan varian produk baru. Pada bulan Juni, Eatme browniess resmi meluncurkan browniess kering sebagai alternatif camilan yang lebih tahan lama dan praktis untuk dibawa ke mana saja. Produk ini disambut baik oleh pelanggan karena tetap mempertahankan cita rasa khas browniess Eatme. Selain itu, Eatme juga memperluas lini produknya dengan menghadirkan *soft cookies* yang menawarkan tekstur lembut dan rasa manis yang pas di lidah. Kedua produk baru ini menjadi langkah strategis dalam pengembangan bisnis untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan menjawab kebutuhan konsumen akan variasi produk olahan coklat berkualitas.



Gambar 3.5 Pricelist Eatme brownies

Setiap minggunya, Eatme brownies rata-rata menerima pesanan sebanyak 10–15 pcs dalam 1 minggu untuk produk fudgy brownies, 12 pack dalam 2 minggu untuk produk brownies kering dan 7 pcs dalam 1 minggu ini untuk produk soft cookies. Selama operasional Eatme Brownie berlangsung, penjualan menunjukkan bahwa fudgy brownies original dan fudgy brownies oreo konsisten menjadi produk yang paling banyak terjual di banding produk eatme brownies lainnya. Hal ini menunjukkan preferensi konsumen terhadap cita rasa klasik dan tambahan topping yang familiar namun menggoda.

3.3 Tinjauan Aspek Operasi/Produksi

Dalam proses produksinya, Eatme brownies menggunakan dua jenis bahan baku, yaitu bahan kering dan bahan basah. Bahan kering meliputi tepung terigu, cocoa powder dan gula halus. Bahan-bahan ini memiliki daya simpan tinggi dan cenderung lebih tahan lama. Sebaliknya, bahan basah margarine, telur dan coklat compound tergolong mudah rusak dan tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama karena berisiko menurun kualitasnya atau bahkan membusuk. Untuk menjamin ketersediaan dan efisiensi biaya, Eatme brownies membeli bahan secara rutin sebelum bahan persediaan sebelumnya habis. Hal ini dilakukan sebagai langkah antisipasi terhadap potensi kelangkaan bahan maupun fluktuasi harga. Pemilihan bahan kering juga mempertimbangkan masa kedaluwarsa, dengan standar minimal satu tahun terutama untuk cokelat. Sementara itu, bahan basah dikelola dengan lebih ketat, dibeli dalam jumlah sesuai kebutuhan produksi mingguan guna menjaga kesegaran dan menghindari pemborosan. Penggunaan bahan baku basah dan kering diperhitungkan berdasarkan kapasitas produksi dalam waktu 1 bulan.

Inovasi produk terus menjadi fokus utama Eatme brownies, salah satunya dengan menghadirkan soft cookies yang lembut dan menggoda. Produk ini tidak hanya melengkapi varian yang sudah ada, tetapi juga memperluas segmen pasar, terutama bagi pecinta camilan kekinian. Penyesuaian dalam pengelolaan bahan dan proses produksi dilakukan agar kualitas soft cookies tetap konsisten, sehingga setiap gigitan memberikan pengalaman yang istimewa.

Tabel 3.1 Kebutuhan Bahan Baku Produksi

| No | Nama Barang | Unit | Jumlah (Rp) |
|----|-------------------|--------|---------------|
| 1. | Tepung terigu | 4 kg | Rp. 48.000,- |
| 2. | Tepung mocaf | 1 kg | Rp. 26.000,- |
| 3. | Coklat compound | 3 kg | Rp. 147.600,- |
| 4. | Cocoa powder | 440 gr | Rp. 88.000,- |
| 5. | Gula halus | 3 kg | Rp. 60.000,- |
| 6. | Butter margarine | 3 kg | Rp.132.000,- |
| 8. | Telur | 1 kg | Rp. 30.000,- |
| 9. | Papper bowl kraft | 32 pcs | Rp. 75.520,- |

| | | | |
|-----|-------|--------|-------------|
| 10. | Label | 20 pcs | Rp. 8.000,- |
|-----|-------|--------|-------------|

Sebelum usaha dijalankan, Eatme brownies melakukan riset awal berupa uji coba resep dan eksplorasi bahan baku yang dapat memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Berbagai merek bahan diuji untuk mengetahui hasil terbaik dalam pembuatan adonan dan topping, dengan mempertimbangkan aspek kualitas dan harga beli yang kompetitif. Pengadaan bahan baku dilakukan dari beberapa toko bahan kue yang memiliki jenis produk serupa, memungkinkan pemilihan berdasarkan kedekatan lokasi dan efisiensi operasional. Pembelian bahan baku dilakukan dengan membeli langsung ke toko bahan baku tersebut.

Tabel 3.2 Data Toko Suplier

| No | Nama Suplier | Bahan Baku |
|----|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Sari Boga | Tepung terigu, Coklat compound, Cocoa powder, Butter margarine, Gula halus, Papper bowl kraft. |
| 2. | Victory | Topping |
| 3. | Gatotkoco | Plastik |

| No | Nama Suplier | Bahan Baku |
|----|--------------|------------|
| 4. | Jaya Abadi | Telur |

Untuk peralatan yang di gunakan untuk membuat fudgy brownies ini adalah peralatan khusus untuk membuat kue.

Tabel 3.3 Daftar Peralatan Produksi

| No | Jenis Anggaran | Unit |
|----|----------------------|--------|
| 1. | Oven | 1 unit |
| 2. | Baskom Besi Adonan | 1 pcs |
| 3. | Timbangan | 1 unit |
| 4. | Mixer | 1 unit |
| 5. | Spatula | 2 pcs |
| 6. | Sendok Ukur | 1 pcs |
| 7. | Loyang | 2 pcs |
| 8. | <i>Balloon whisk</i> | 1 pcs |
| 9. | Talenan | 1 pcs |
| 10 | Saringan | 1 pcs |

Peralatan yang digunakan dalam proses pembuatan fudgy brownies merupakan alat-alat khusus yang memang diperuntukkan untuk keperluan baking atau pembuatan kue. Alat-alat ini dipilih dengan mempertimbangkan fungsinya dalam mendukung hasil produk yang konsisten dan berkualitas. Meskipun peralatannya sudah sesuai standar untuk usaha makanan, saat ini ruangan produksi masih memanfaatkan area rumah pribadi. Namun, area tersebut telah ditata dan dibagi menjadi beberapa bagian kerja agar proses produksi tetap tertib dan higienis.

Pembagian ruang terdiri dari:

1. Area pengadonan: Tempat di mana seluruh proses pencampuran bahan dilakukan menggunakan *balloon whisk* dan peralatan lainnya.
2. Lemari penyimpanan bahan baku: Digunakan untuk menyimpan bahan kering dan kulkas sebagai tempat penyimpanan bahan basah yang telah dipisahkan dan diberi label sesuai jenisnya.
3. Area oven: Tempat memanggang adonan menjadi fudgy brownies.

4. Area pengemasan (packing): Digunakan untuk membungkus produk akhir ke dalam kemasan yang sudah disiapkan sebelum dikirim ke pelanggan.



Gambar 3.6 Layout Tempat Produksi

- a. Tempat Mengadon : Tempat membuat adonan brownies
- b. Meja Oven : Meja tempat di letakkan nya oven
- c. Lemari Alat Alat : Tempat alat alat yang digunakan untuk membuat brownies, seperti spatula, baskom adonan, mixer, sendok ukur dan loyang.

- d. Lemari Bahan Baku : Tempat untuk menyimpan bahan baku, seperti tepung, mentega, cocoa powder, gula halus dll.
- e. Kulkas Penyimpanan : Tempat untuk menyimpan bahan baku yang harus di tempat dingin.
- f. Wastafel : Tempat untuk mencuci dan membersihkan semua alat alat yang digunakan.
- g. Tempat Packing : Area untuk pengemasan produk.

3.3.1 Proses Produksi

1. Panaskan mentega dan coklat compoud.
2. Masukkan telur dan gula halus mixer sampai kurang lebih 1 menit.
3. Lalu masukan lelehan mentega dan coklat yang sudah di lelehkan ke dalam telur dan gula yang sudah di mixer tadi.
4. Masukkan tepung terigu protein sedang dan cocoa powder ke dalam adonan sambil di saring agar adonan lembut dan tidak menggumpal.
5. Tuangkan adonan loyang lalu masukan ke dalam oven dengan suhu 185 derajat dengan waktu 35 menit.

6. Setelah matang, berikan topping bila ada yang pesan dengan topping.
7. Lalu potong dengan ukuran dadu
8. Setelah itu timbang dengan berat 300 gram di setiap pcs nya

1 Siapkan 3 butir telur

2 Masukkan 100 gram gula halus

3 Aduk hingga tercampur rata

4 Lelehkan dark coklat dan butter

5 Masukkan lelehan ke dalam adonan

6 Masukkan 100 gram tepung

7 Masukkan 40 gram cocoa powder

8 Setelah tercampur rata masukkan dalam loyang

9 Berikan topping oreo



Gambar 3.7 Alur Pembuatan Fudgy brownies

Proses Pembuatan Soft Cookies

1. Siapkan 100 gram margarine butter
2. Masukkan 100 gram brown sugar
3. Aduk margarine butter dan brown sugar hingga tercampur rata
4. Masukkan 1 butir telur
5. Masukkan 1 sendok teh vanilla essence, lalu aduk hingga merata
6. Masukkan 180 gram tepung terigu
7. Masukkan 20 gram tepung maizena
8. Masukkan 15 gram baking powder
9. Aduk perlahan hingga semua bahan tercampur rata
10. Siapkan 100 gram dark coklat, lalu potong menjadi seukuran dadu

11. Masukkan dark coklat ke dalam adonan, lalu aduk hingga tercampur rata
12. Timbang masing masing adonan seberat 78 gram, lalu bulatkan adonan
13. Masukkan ke dalam frezer minimal 2 jam
14. Setelah di diamkan 2 jam di frezer, adonan siap di panggang
15. Panggang di oven dengan suhu atas bawah 180 derajat selama 15 menit
16. Setelah itu dinginkan soft cookies selama 10 menit hingga tidak panas
17. Setelah soft cookies tidak panas masukkan ke dalam packaging

①

Siapkan 100 gram butter



②

Masukkan 100 gram brown sugar



③

Aduk hingga tercampur rata



④

Masukkan 1 butir telur



⑤

Masukkan 1 sdt vanila ekstrak



⑥

Masukkan 180 gram tepung terigu



⑦

Masukkan 20 gram maizena



⑧

Masukkan 15 gram baking powder



⑨

Masukkan 150 gram dark coklat





Gambar 3.8 Alur Pembuatan Soft Cookies

3.3.2 Produk yang dihasilkan

Fudgy brownies adalah salah satu varian makanan manis yang hadir dalam tiga pilihan yaitu dengan varian original, varian yang dilengkapi topping dengan berbagai rasa dan gluten free. Kelezatan tekstur fudgy yang lembut di dalam dan renyah di luar menjadi daya tarik utama dari fudgy brownies ini. Pada tahap awal produksi, "Eatme brownies" menetapkan target sebanyak 40 pcs per bulan. Dari sisi kemasan, fudgy brownies dikemas menyesuaikan dengan bentuk dan kebutuhan penyajian. Produk dikemas dalam papper bowl kraft dengan praktis dan menarik, sehingga cocok untuk konsumsi langsung maupun sebagai buah tangan. Dalam kemasan fudgy brownies dilengkapi dengan label stiker yang memuat nama merek dan identitas produk "Eatme

brownies". Penggunaan kemasan ini dinilai lebih efisien karena mengurangi kebutuhan akan kotak kecil dan mempermudah proses distribusi.

Sebagai bentuk pengembangan produk, Eatme brownies juga berinovasi dengan menghadirkan varian baru berupa soft cookies. Produk ini menawarkan tekstur yang lembut dan chewy, dengan rasa manis yang seimbang dan tampilan menarik. Inovasi ini hadir untuk menjawab tren camilan modern sekaligus memperluas segmentasi pasar, terutama di kalangan anak muda dan pencinta dessert kekinian. Dengan kemasan yang disesuaikan serta komitmen pada kualitas rasa, soft cookies menjadi pelengkap sempurna bagi lini produk Eatme brownies yang terus tumbuh dan berkembang.



Gambar 3.9 Produk Fudgy Brownies



Gambar 3.10 Produk Fudgy Brownies Dengan *Packaging*



Gambar 3.11 Produk Brownies Kering



Gambar 3. 12 Produk Brownies Kering Dengan *Packaging*



Gambar 3.13 Produk Soft Cookies



Gambar 3.14 Produk Soft Cookies Dengan *Packaging*



Gambar 3.15 Desain Label Fudgy Brownies dan Brownies Kering

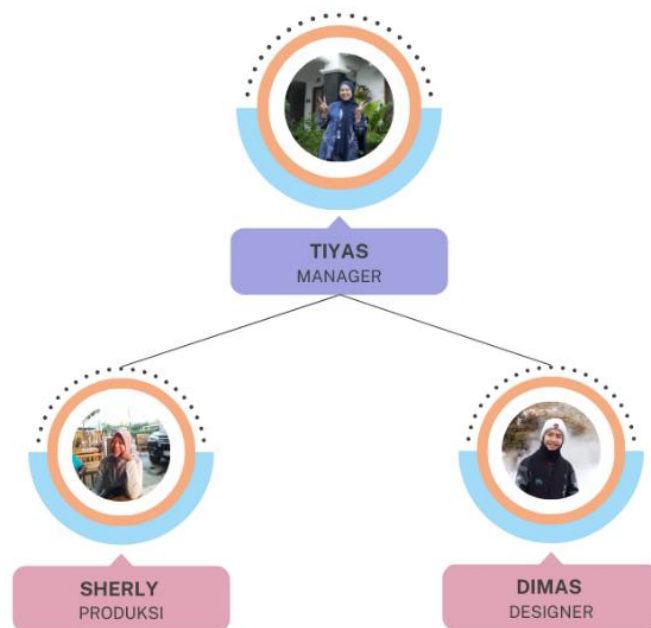


Gambar 3.16 Desain Label Soft Cookies

3.4 Tinjauan Aspek Sumber Daya Manusia

3.4.1 Jumlah Tenaga Kerja dan Struktur organisasi

Dalam operasional bisnis fudgy brownies ini, struktur tim terdiri dari seorang manajer yang memimpin dua karyawan, yaitu bagian produksi dan bagian desain konten. Manajer bertanggung jawab penuh untuk memastikan kelancaran seluruh kegiatan bisnis, termasuk merancang dan mengawasi strategi pemasaran, mengatur alur produksi, mencatat serta mengelola pendapatan dan pengeluaran, termasuk gaji karyawan dan biaya operasional lainnya. Dengan peran dan tanggung jawab yang terstruktur ini, bisnis dijalankan secara profesional dan efisien untuk terus berkembang dan memberikan produk terbaik kepada pelanggan.



Gambar 3.17 Struktur Organisasi Bisnis Eatme brownies

Pada bagian produksi bertanggung jawab menjaga hubungan dan komunikasi yang baik serta profesional dengan supplier untuk memastikan ketersediaan bahan baku secara konsisten dan tepat waktu, bertanggung jawab melakukan pembelian bahan-bahan seperti coklat, mentega, telur, tepung, dan bahan pendukung lainnya, serta rutin memeriksa stok bahan baku agar proses produksi tidak terganggu. Proses produksi dijalankan mulai dari persiapan, pembuatan adonan, pemanggangan, hingga pengemasan dengan menjaga kualitas rasa dan tampilan produk sesuai standar. Pada bagian desain konten, tugas

mencakup membuat konsep dan menyusun draft konten Instagram seperti story, feed, dan reels yang menarik dan sesuai dengan identitas Eatme brownies, serta membuat desain visual berupa poster atau materi promosi lainnya untuk pemasaran di media sosial guna meningkatkan daya tarik konsumen dan penjualan. Selain itu, bersikap fleksibel dengan membantu kebutuhan tim di luar tugas utama, termasuk membantu kegiatan produksi atau pengemasan saat diperlukan.

Tabel 3.4 Deskripsi Pekerjaan

| No | Jabatan/Posisi | Deskripsi Pekerjaan |
|----|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Manager | <ol style="list-style-type: none"> 1. Manajer bertanggung jawab untuk memastikan seluruh operasional bisnis berjalan dengan baik dan efisien, mulai dari proses produksi, pemasaran, hingga distribusi produk kepada pelanggan. 2. Berperan dalam menangani interaksi dengan pelanggan, termasuk menanggapi |

| No | Jabatan/Posisi | Deskripsi Pekerjaan |
|----|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>pertanyaan, keluhan, serta menjaga kepuasan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang baik.</p> <p>3. Mengatur dan mencatat seluruh aspek keuangan bisnis, meliputi pengeluaran, pendapatan, biaya operasional, serta penggajian karyawan, agar keuangan tetap sehat dan transparan.</p> |
| 2 | Produksi | <p>1. Menjaga hubungan dan menjalin komunikasi yang baik dan profesional dengan supplier untuk memastikan ketersediaan bahan baku secara konsisten dan tepat waktu.</p> <p>2. Bertanggung jawab untuk melakukan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan</p> |

| No | Jabatan/Posisi | Deskripsi Pekerjaan |
|----|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>dalam pembuatan fudgy brownies, seperti coklat, mentega, telur, tepung, dan bahan pendukung lainnya.</p> <p>3. Mengecek Persediaan Bahan secara rutin memeriksa stok bahan baku yang tersedia dan memastikan tidak ada kekurangan yang dapat menghambat proses produksi.</p> <p>4. Melaksanakan proses produksi mulai dari persiapan, pembuatan adonan, pemanggangan, hingga pengemasan, dengan menjaga kualitas rasa dan tampilan produk sesuai standar.</p> |
| 3 | Desain konten | <p>1. Membuat konsep dan menyusun draft konten Instagram, termasuk Instagram Story, Feed, dan Reels, yang menarik dan</p> |

| No | Jabatan/Posisi | Deskripsi Pekerjaan |
|----|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <p>sesuai dengan identitas eatme brownies.</p> <p>2. Membuat desain visual seperti poster atau materi promosi lainnya untuk pemasaran di media sosial, guna menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan.</p> <p>3. Fleksibel dalam membantu kebutuhan tim di luar tugas utama, seperti membantu kegiatan produksi atau pengemasan saat diperlukan.</p> |

3.4.2 Sistem Penggajian/Kompensasi

Selama 3 bulan bisnis Eatme brownies sudah berjalan dengan lancar dan mempekerjakan dua karyawan yang masing-masing melakukan tugasnya pada bagian produksi dan desain konten. Mereka bekerja sesuai kebutuhan, yaitu saat ada pesanan masuk, dan

menjalankan tugas langsung di rumah produksi. Dengan cara kerja yang fleksibel ini, tim bisa lebih fokus dan efisien sesuai dengan jumlah pesanan yang datang.

Untuk sistem penggajian, Eatme brownies memberikan gaji yang pas sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Karyawan bagian produksi mendapatkan gaji sebesar Rp. 150.000,-, sementara untuk bagian desain konten diberi gaji Rp. 100.000,-. Sistem ini dibuat sebagai bentuk apresiasi supaya semua yang terlibat merasa dihargai dan tetap semangat mendukung perkembangan bisnis Eatme brownies.

3.5 Tinjauan Aspek Keuangan

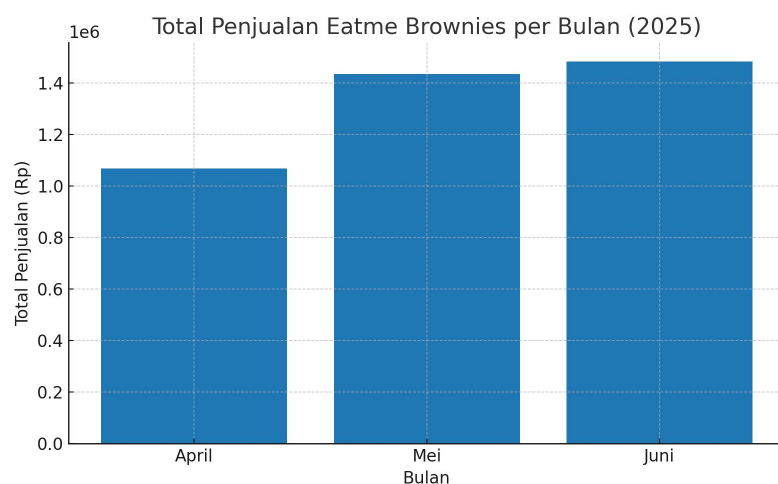
3.5.1 Penjualan

Penjualan merupakan aspek penting dalam bisnis Eatme brownies karena pendapatan yang diperoleh menjadi sumber utama untuk berjalan dan berkembangnya bisnis Eatme brownies. Tanpa adanya penjualan yang baik, Eatme brownies tidak akan mampu bertahan dan memenuhi kebutuhan operasionalnya. Selama 3 bulan, Eatme brownies menunjukkan hasil penjualan yang menguntungkan, dimana produk

fudgy brownies dijual dengan harga Rp. 25.000,- per pcs. Harga tersebut telah ditetapkan setelah melakukan perhitungan yang matang berdasarkan harga pokok penjualan agar tetap memberikan keuntungan yang optimal. Dalam kurun waktu 3 bulan ini, Eatme brownies berhasil memproduksi sebanyak 160 pcs, yang menunjukkan konsistensi produksi dan minat pasar yang cukup tinggi terhadap produk yang ditawarkan. Keberhasilan ini menjadi modal penting bagi Eatme brownies untuk terus meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pasar ke depannya.

Seiring berjalannya bisnis, Eatme brownies juga menerima banyak permintaan dari konsumen untuk menambah varian produk. Menanggapi hal tersebut, Eatme melakukan inovasi dengan menghadirkan dua produk baru, yaitu browniess kering dan soft cookies. Browniess kering menjadi salah satu inovasi yang sangat menguntungkan karena memiliki jangkauan pasar yang lebih luas serta daya tahan produk yang lebih lama, sehingga memungkinkan untuk didistribusikan ke luar kota atau disimpan lebih lama tanpa mengurangi kualitas. Sedangkan soft cookies hadir

sebagai camilan lembut dengan tekstur chewy dan rasa manis yang pas, menambah daya tarik di segmen konsumen muda dan pecinta dessert kekinian. Inovasi produk ini menunjukkan komitmen Eatme brownies untuk terus berkembang, adaptif terhadap kebutuhan pasar, serta menjaga loyalitas pelanggan dengan pilihan produk yang semakin beragam dan berkualitas.



Gambar 3.18 Olahan Data Penjualan Eatme Brownies, 2025

Berdasarkan Tabel 3.5 penjualan Eatme Brownies April–Juni 2025 menunjukkan tren meningkat. Pada April tercatat 40 pcs senilai Rp. 1.068.000,-, naik menjadi 59 pcs Rp. 1.435.000,- di Mei, dan mencapai puncak 61 pcs Rp. 1.484.000,- di Juni. Peningkatan ini dipengaruhi

hadirnya varian baru, yakni Brownies Kering. Secara total, penjualan tiga bulan mencapai Rp. 3.987.000,-, menunjukkan potensi pertumbuhan bisnis yang positif.

Tabel 3.5 Penjualan Produk Eatme brownies

| No | Tanggal | Keterangan | Harga/Unit | Unit Terjual | Total Penjualan |
|-----------------------------|----------------|-------------------|--------------|--------------|---------------------|
| 1 | 30/04/202 5 | Fudgy Original | Rp. 25.000,- | 18 pcs | Rp. 450.000,- |
| | | Fudgy Topping | Rp. 27.000,- | 14 pcs | Rp. 378.000,- |
| | | Fudgy Gluten free | Rp. 30.000,- | 8 pcs | Rp. 240.000,- |
| Total Penjualan Bulan April | | | | 40 pcs | (Rp. 1.068.000,-) |
| 2 | 31/05/202 5 | Fudgy Original | Rp. 25.000,- | 30 pcs | Rp. 750.000,- |
| | | Fudgy Topping | Rp. 27.000,- | 15 pcs | Rp. 405.000,- |

| No | Tanggal | Keterangan | Harga/Unit | Unit Terjual | Total Penjualan |
|-----------------------------------|------------|-------------------|--------------|---------------|----------------------------|
| | | Fudgy Gluten free | Rp. 30.000,- | 14 pcs | Rp. 420.000,- |
| Total Penjualan Bulan Mei | | | | 59 pcs | (Rp. 1.575.000,-) |
| 3 | 30/06/2025 | Fudgy Original | Rp. 25.000,- | 17 pcs | Rp. 425.000,- |
| | | Fudgy Topping | Rp. 27.000,- | 15 pcs | Rp. 405.000,- |
| | | Fudgy Gluten free | Rp. 30.000,- | 17 pcs | Rp. 510.000,- |
| | | Browniess Kering | Rp. 12.000,- | 12 pcs | Rp. 144.000,- |
| Total Penjualan Bulan Juni | | | | 61 pcs | (Rp. 1.484.000,-) |
| Total Penjualan | | | | | Rp. 4.271.000,- |

Berdasarkan Tabel 3.6 memberikan rincian biaya produksi Eatme Brownies periode April–Juni 2025 relatif stabil dengan sedikit peningkatan pada Mei. Total biaya tercatat Rp. 300.000,- pada April, lalu naik menjadi Rp. 400.000,- pada Mei dan tetap pada Juni. Kenaikan terutama berasal dari biaya tenaga kerja yang naik dari Rp. 150.000,- menjadi Rp. 250.000,-, sedangkan sewa tempat, transportasi, dan listrik tetap Rp. 50.000,- per bulan. Sementara itu, Canva Pro tidak menimbulkan biaya karena menggunakan versi gratis. Struktur biaya produksi masih sederhana dengan pengeluaran utama pada tenaga kerja dan komponen lain yang stabil.

Tabel 3.6 Biaya Produksi Eatme brownies

| Jenis Anggaran | April 2025 | Mei 2025 | Juni 2025 |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| Biaya sewa tempat | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| Biaya tenaga kerja | Rp. 150.000,- | Rp. 250.000,- | Rp. 250.000,- |
| Biaya transportasi | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| Canva Pro | Rp. 0,- | Rp. 0,- | Rp. 0,- |

| | | | |
|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Listrik | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- | Rp. 50.000,- |
| Total | Rp. 300.000,- | Rp. 400.000,- | Rp. 400.000,- |

3.5.2 Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi penting bagi bisnis Eatme brownies karena menunjukkan profitabilitas usaha dengan mencatat pendapatan dan pengeluaran untuk menghitung laba atau rugi selama 3 bulan bisnis berjalan. laporan ini berguna untuk menganalisis kinerja keuangan, mengevaluasi efektivitas strategi bisnis, dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial dan menilai kondisi keuangan dan mendukung perencanaan bisnis ke depan.(Yanti & Nurhidayah, 2020).

Berdasarkan Tabel 3.7 memberikan rincian laporan laba rugi Eatme Brownies periode April–Juni 2025 menunjukkan total penjualan sebesar Rp. 3.987.000,- dengan beban usaha Rp. 870.000,- sehingga diperoleh laba bersih Rp. 3.117.000,-. Hal ini mencerminkan usaha mampu menghasilkan keuntungan signifikan dengan beban operasional yang relatif efisien.

Tabel 3.7 Laporan Laba Rugi

| Laporan Laba Rugi April - Juni | |
|--------------------------------|----------------------|
| Penjualan | Rp. 4.271.000,- |
| Beban Usaha | Rp. 3.965.000,- |
| Laba/Rugi (Bersih) | Rp. 306.000,- |

3.5.3 Laporan Arus Kas

Laporan arus kas memegang peranan penting dalam operasional bisnis karena memberikan gambaran nyata tentang kondisi likuiditas perusahaan, yaitu sejauh mana perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendek dan mendukung kegiatan operasional dengan kas yang tersedia. Melalui laporan ini, tercatat dengan jelas aliran kas masuk dan kas keluar selama periode April hingga Juni 2025. Laporan arus kas ini berguna bagi manajemen untuk menilai stabilitas keuangan serta merumuskan keputusan strategis guna memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis.

Berdasarkan Tabel 3.8 memberikan rincian arus kas Eatme Brownies periode April–Juni 2025 menunjukkan kondisi keuangan yang stabil dengan tren saldo akhir meningkat. Pada April saldo akhir tercatat Rp. 3.657.280,- kemudian naik menjadi Rp. 3.697.280,- di Mei, dan kembali meningkat menjadi Rp. 3.706.280,- di Juni. Hal ini mencerminkan bahwa kas masuk lebih besar dari kas keluar sehingga usaha mampu menjaga likuiditas dan menunjukkan kondisi keuangan yang sehat.

Tabel 3.8 Laporan Arus Kas

| Keterangan | April 2025 | Mei 2025 | Juni 2025 |
|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Saldo Awal | Rp. 4.000.000,- | Rp. 3.657.280,- | Rp. 3.697.280,- |
| Beban Usaha | Rp. 750.000,- | Rp. 850.000,- | Rp. 850.000,- |
| Kas Masuk | Rp. 1.068.000,- | Rp. 1.575.000,- | Rp. 1.484.000,- |
| Kas Keluar | Rp. 660.720,- | Rp. 685.000,- | Rp. 625.000,- |
| Saldo Akhir | Rp. 3.657.280,- | Rp. 3.697.280,- | Rp. 3.706.280,- |

3.5.4 Neraca

Neraca merupakan salah satu laporan keuangan utama yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada suatu titik waktu tertentu. Berdasarkan Tabel 3.9 menjelaskan neraca saldo Eatme Brownies per Juni 2025 menunjukkan jumlah aktiva dan pasiva yang seimbang, masing-masing sebesar Rp. 7.706.280,- Aktiva terdiri dari kas Rp. 3.706.280,- serta peralatan produksi Rp. 2.204.000,- dengan akumulasi penyusutan Rp. 13.447,-, sehingga total aktiva tidak lancar menjadi Rp. 2.190.553,-. Pada sisi pasiva tidak terdapat hutang usaha, sehingga seluruhnya ditopang oleh modal, yaitu modal disetor Rp. 4.000.000,- ditambah laba usaha Rp. 3.706.280,-. Kondisi ini menunjukkan keuangan usaha dalam keadaan sehat karena tidak memiliki kewajiban dan peningkatan modal terutama berasal dari laba usaha.

Tabel 3.9 Neraca Saldo

| Aktiva | | Pasiva | |
|---------------|-----------------|--------------|-------|
| Aktiva Lancar | | Kewajiban | |
| Kas | Rp. 3.706.280,- | Hutang Usaha | Rp. 0 |

| Aktiva | | Pasiva | |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Aktiva Lancar | | Kewajiban | |
| Total Aktiva Lancar | Rp. 3.706.280,- | Total Kewajiban | Rp. 0 |
| Aktiva Tidak Lancar | | Modal | |
| Peralatan Produksi | Rp. 2.204.000,- | Modal disetor | Rp. 4.000.000,- |
| Akumulasi Penyusutan Peralatan | (Rp. 13.447,-) | Laba | Rp. 3.706.280,- |
| Total Aktiva Tidak Lancar | Rp. 2.190.553,- | Total Modal | Rp. 7.706.280,- |
| Jumlah Aktiva | Rp. 7.706.280,- | Jumlah Pasiva | Rp. 7.706.280,- |

NPV (Net Present Value)

1. April 2025: Rp 1.068.000

2. Mei 2025: Rp 1.575.000

3. Juni 2025: Rp 1.484.000

Total 3 bulan = Rp 4.271.000

Investasi awal (I_0) = Rp 2.204.000 (Biaya peralatan)

Discount rate (r) = 12% per tahun (1% per bulan, supaya sesuai periode bulanan)

Perhitungan NPV

1. Bulan 1 (April)

$$PV1 = \frac{\text{Rp. 1.068.000,-}}{(1 + 0,01)^1} = \text{Rp. 1.057.426,-}$$

2. Bulan 2 (Mei)

$$PV2 = \frac{\text{Rp. 1.575.000,-}}{(1 + 0,01)^2} = \text{Rp 1.543.481,-}$$

3. Bulan 3 (Juni)

$$PV3 = \frac{\text{Rp. 1.484.000,-}}{(1 + 0,01)^3} = \text{Rp. 1.439.354,-}$$

Total PV = Rp 4.040.261,-

$$\begin{aligned} NPV &= \text{Rp. 3.904.528,-} - \text{Rp. 2.204.000,-} \\ &= \text{Rp. 1.836.261,-} \end{aligned}$$

NPV = Rp. 1.836.261,- (Positif)

Usaha Eatme brownies layak, karena mampu menutup modal awal peralatan dan memberikan keuntungan dalam 3 bulan.

3.6 Tinjauan Aspek Teknologi

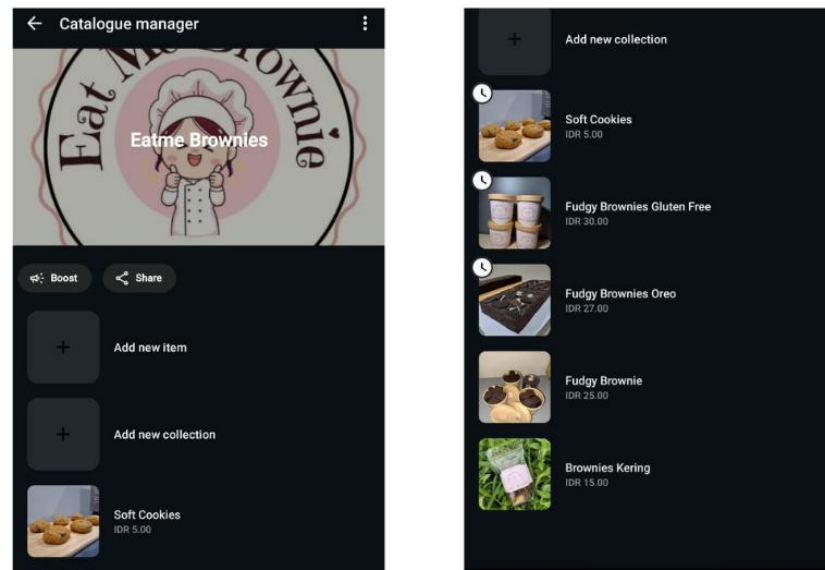
Eatme brownies dapat memanfaatkan teknologi digital terutama melalui digital marketing untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp menjadi kunci utama dalam pemasaran produk karena platform ini memungkinkan pembuatan konten menarik, penjadwalan unggahan yang konsisten, serta interaksi langsung dengan pelanggan. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah pengikut dan memperluas pasar.

Teknologi digital juga membantu dalam pengelolaan proses bisnis secara keseluruhan, mulai dari pemesanan bahan baku, produksi, pengemasan, hingga penjualan online. Sistem penjadwalan dan manajemen akun digital memudahkan pengaturan waktu dan konsistensi pemasaran, sehingga bisnis dapat berjalan lebih efisien dan terorganisir. Dengan demikian, penerapan teknologi digital pada Eatme brownies tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih personal dan responsif,

dengan handphone sebagai alat utama yang mendukung mobilitas dan kecepatan operasional serta laptop sebagai pendukung manajemen dan analisis bisnis. Dalam hal pemasaran dan penjualan, Eatme brownies memanfaatkan sejumlah aplikasi marketplace sebagai media distribusi produk kepada konsumen secara lebih luas. Berikut aplikasi yang digunakan untuk menunjang proses bisnis Eatme brownies adalah :

- 1) WhatsApp

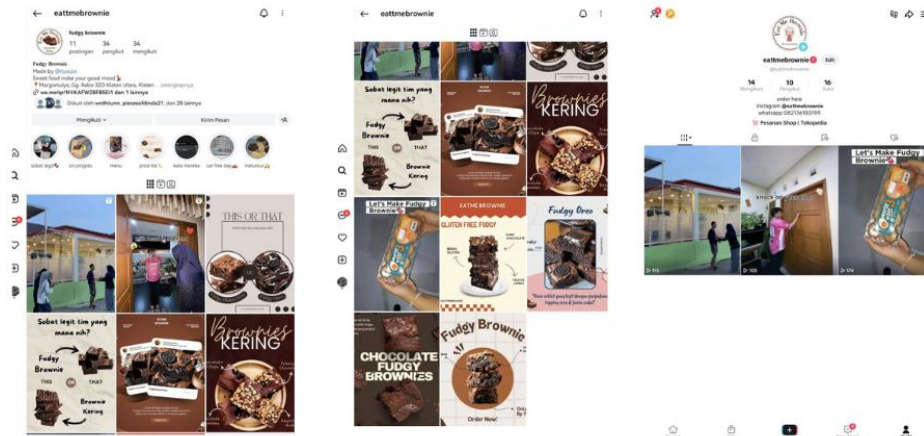
WhatsApp digunakan sebagai media komunikasi utama dengan calon pembeli dan pelanggan. Selain untuk menerima pesanan dan menerima kritik atau saran, aplikasi ini juga berfungsi sebagai sarana pemasaran dengan mengirimkan katalog produk, promo, dan informasi terbaru secara langsung dan personal.



Gambar 3.19 Tampilan *Whatsapp Business*

2) Instagram dan Tik Tok

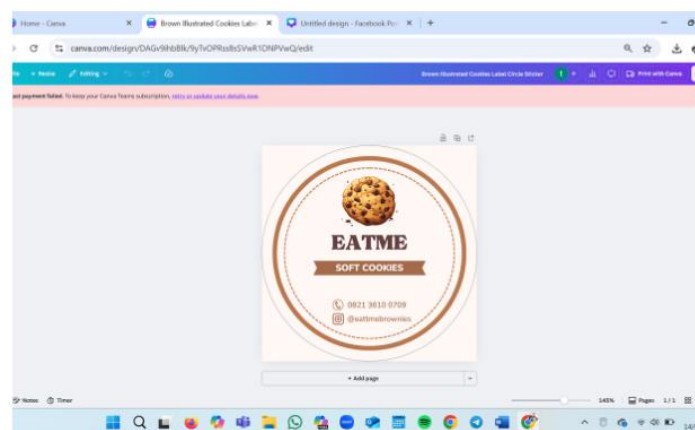
Instagram dan tik tok menjadi platform penting untuk pemasaran produk fudgy brownies melalui fitur story, reels, feed dan video tik tok. Konten visual yang menarik membantu menarik perhatian pelanggan, sementara fitur direct message memudahkan komunikasi langsung untuk pemesanan dan konsultasi produk.

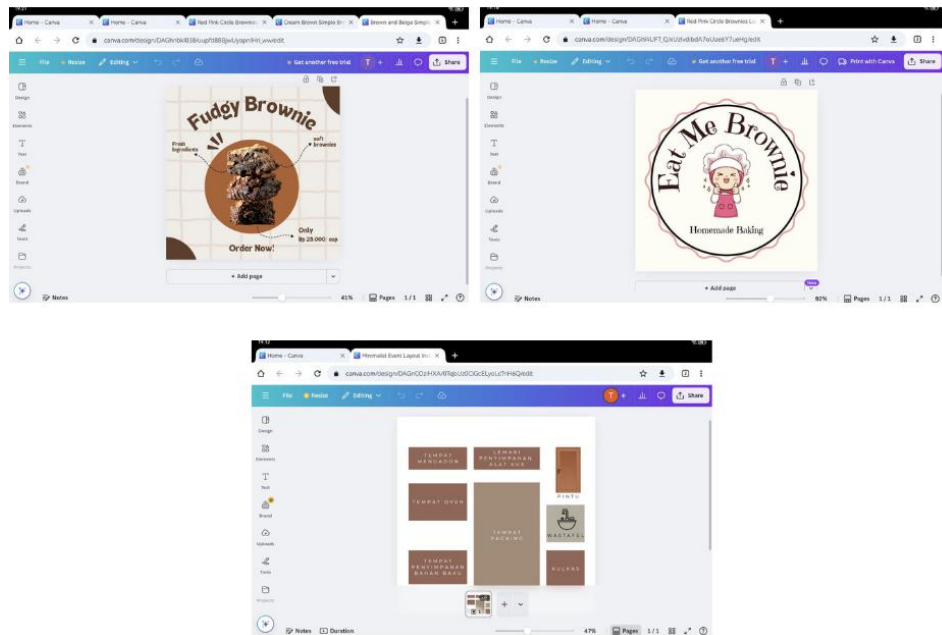


Gambar 3.20 Tampilan Instagram dan Tik Tok Eatme brownies

3) Canva

Canva digunakan untuk membuat berbagai desain grafis seperti logo brand, postingan Instagram, dan materi promosi lainnya. Aplikasi ini membantu menciptakan tampilan visual yang profesional dan menarik tanpa memerlukan keahlian desain khusus.

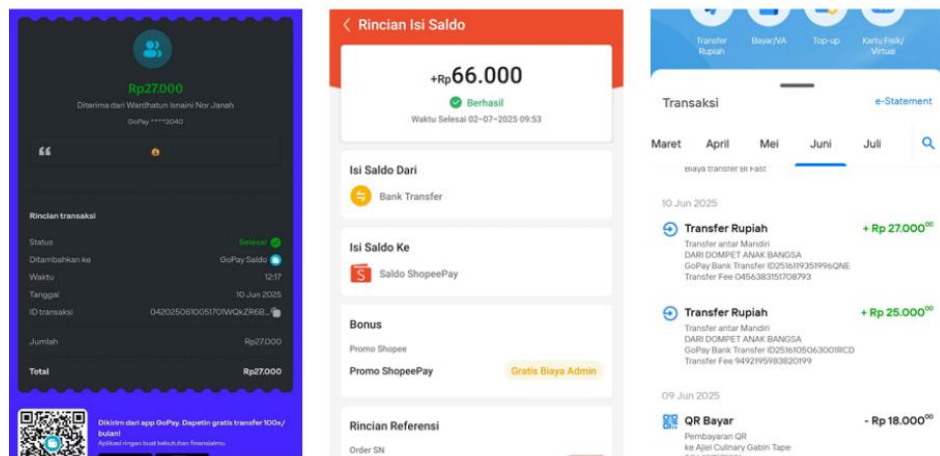




Gambar 3.21 Tampilan Canva Design

4) M-Banking, Dana, OVO, ShopeePay dan Gopay

Aplikasi pembayaran digital ini memudahkan transaksi secara cepat dan aman, memberikan banyak pilihan metode pembayaran yang praktis bagi pelanggan sehingga meningkatkan kenyamanan berbelanja.



Gambar 3.22 Tampilan Bukti Pembayaran Digital

5) Microsoft Excel dan Google Sheets

Kedua aplikasi ini digunakan untuk pencatatan stok bahan baku, peralatan, serta pencatatan biaya pengeluaran dan pemasukan.

Dengan pengelolaan data yang terstruktur, bisnis dapat berjalan lebih terorganisir dan pengambilan keputusan menjadi lebih tepat.

6) Cap Cut

CapCut untuk mengedit video konten reels dan story di Instagram.

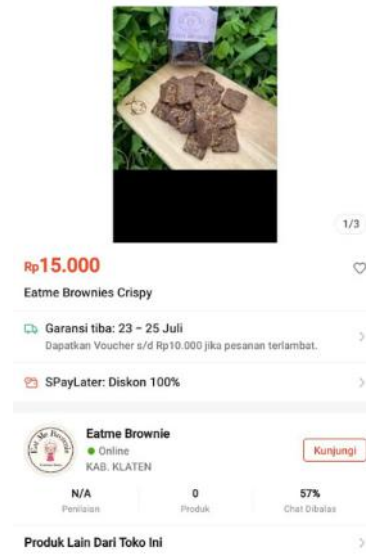
Fitur-fiturnya membantu menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pemasaran secara efektif.



Gambar 3.23 Tampilan Editing Cap Cut

7) Platform Shopee

Platform Shopee dimanfaatkan sebagai media penjualan dan pemasaran brownies Crispy karena mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, memudahkan proses transaksi, serta meningkatkan visibilitas produk di pasar digital.



Gambar 3.24 Tampilan Toko Shopee

BAB IV

IDENTIFIKASI DAN PEMECAHAN MASALAH

4.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap awal penjualan, eatme brownies belum dikenal luas sehingga jumlah pembeli masih sangat terbatas. Sebagai usaha yang baru dirintis, tantangan utama adalah membangun kepercayaan konsumen dan mengenalkan Eatme brownies secara efektif. Selain itu, pengelolaan keuangan juga menjadi kendala, karena belum terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran secara terstruktur, yang mengakibatkan kesulitan dalam memantau perkembangan usaha.

Pelaku usaha masih merasa canggung untuk meminta izin mengambil foto konsumen sebagai bagian dari strategi promosi, padahal konten testimoni sangat penting untuk meningkatkan kredibilitas produk. Minimnya pengalaman dalam mengelola bisnis sendiri, karena ini adalah kali pertama pelaku usaha terjun langsung dan bertanggung jawab penuh atas semua aspek operasional, pemasaran, hingga pengembangan usaha.

4.2 Bidang Pemasaran

Eatme brownies merupakan brand baru yang masih dalam tahap pengenalan, sehingga belum dikenal luas oleh masyarakat. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, terutama karena harus bersaing dengan toko kue besar yang sudah lebih dulu dikenal dan memiliki pelanggan tetap. Keberadaan kompetitor yang kuat membuat posisi Eatme brownies masih cukup sulit dalam menarik perhatian pasar secara maksimal.

Selain itu, upaya pemasaran masih belum optimal karena konten promosi yang tersedia masih terbatas dan belum mampu menarik minat konsumen secara luas. Pelaku usaha juga masih merasa kurang percaya diri untuk meminta izin mengambil foto konsumen sebagai bentuk testimoni, padahal konten tersebut sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap produk. Kurangnya materi promosi dan minimnya bukti sosial menjadi hambatan dalam memperkuat branding dan membangun kepercayaan pasar.

4.3 Bidang Operasi/Produksi

Dalam proses produksi Eatme brownies, salah satu kendala utama adalah keterbatasan fasilitas, yaitu hanya memiliki satu oven untuk memanggang. Hal ini menyebabkan proses pemanggangan harus dilakukan secara bertahap dan berulang kali, sehingga memakan waktu yang cukup lama untuk menghasilkan produk dalam jumlah banyak. Keterbatasan tersebut berdampak pada efisiensi produksi dan kapasitas output harian, yang pada akhirnya dapat menghambat kemampuan memenuhi permintaan konsumen. Sehingga memerlukan waktu yang lebih lama dalam proses pembuatan fudgy brownies.

4.4 Bidang Sumber Daya Manusia

Pada awal penjualan sebagai bisnis yang masih kecil dan baru mulai, Eatme brownies menghadapi kendala dalam hal pengelolaan sumber daya manusia. Karena jumlah pesanan yang belum banyak, pendapatan yang diperoleh belum cukup untuk menggaji karyawan secara rutin. Hal ini menyebabkan usaha masih banyak dikerjakan secara mandiri atau oleh sedikit tenaga kerja. Keterbatasan tenaga kerja berdampak pada

kapasitas produksi dan pengembangan usaha secara keseluruhan. Tanpa dukungan sumber daya manusia yang memadai, proses operasional menjadi lebih berat dan waktu pengerjaan menjadi lebih lama, sehingga membatasi kemampuan untuk memenuhi permintaan yang semakin bertambah di masa depan.

4.5 Bidang Keuangan

Pada awal penjualan, pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam menentukan harga jual produk. Karena menggunakan bahan-bahan premium yang menyebabkan biaya produksi relatif tinggi, namun harga jual harus disesuaikan agar tetap kompetitif dan tidak terlalu mahal di mata konsumen. Hal ini menjadi tantangan dalam menetapkan harga yang tepat agar bisnis tetap menguntungkan sekaligus menarik pembeli.

Pengelolaan keuangan usaha juga masih menjadi kendala, pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mencatat dan mengatur pemasukan serta pengeluaran secara terstruktur, sehingga sulit memantau arus kas dan membuat perencanaan keuangan yang efektif. Kondisi ini berpotensi menghambat perkembangan bisnis jika tidak segera diperbaiki.

4.6 Bidang Teknologi Digital

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya desain yang menarik pada logo brand Eatme brownies. Logo yang kurang kuat dan kurang representatif membuat brand sedikit sulit untuk dikenali dan meninggalkan kesan yang kuat di mata konsumen. Hal ini disebabkan karena belum adanya tenaga desain khusus yang berpengalaman dalam menciptakan identitas visual yang tepat.

Konten di Instagram seperti feed dan story juga masih minim dalam hal desain yang menarik dan konsisten. Karena keterbatasan kemampuan desain yang dimiliki, pembuatan konten promosi belum maksimal sehingga kurang efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan *engagement* dengan audiens. Kondisi ini membatasi potensi brand untuk tumbuh dan berkembang secara digital.

BAB V

KESIMPULAN DAN TINDAK LANJUT

5.1 Kesimpulan

Eatme brownies merupakan usaha makanan rumahan yang dikembangkan dengan fokus pada produk fudgy brownies bebas gluten, menggunakan bahan-bahan premium yang mendukung tren gaya hidup sehat. Eatme brownies dengan gluten free ini hadir sebagai bentuk inovasi dalam industri makanan ringan, yang tidak hanya menonjolkan rasa, tetapi juga kualitas dan nilai gizi. Produk ini menyasar konsumen yang mencari alternatif camilan sehat tanpa mengabaikan cita rasa lezat, sekaligus menawarkan diferensiasi dari produk serupa di pasaran.

Dalam pengembangan bisnis Eatme brownies memanfaatkan kekuatan media sosial sebagai kanal utama promosi dan komunikasi dengan konsumen. Strategi pemasaran digital yang dilakukan terbukti efektif dalam membangun kesadaran merek dan meningkatkan penjualan, meskipun usaha ini masih dalam skala

rumahan. Perancangan bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas membantu pelaku usaha dalam memetakan elemen-elemen penting seperti segmen pelanggan, struktur biaya, dan sumber pendapatan, yang semuanya menunjang kelangsungan dan efisiensi operasional.

Dari keseluruhan proses yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Eatme brownies memiliki potensi besar untuk berkembang lebih luas dengan penguatan manajemen, konsistensi kualitas produk, dan inovasi dalam pemasaran. Dengan dukungan sumber daya manusia yang kompeten dan sistem kerja fleksibel yang adaptif terhadap era digital, usaha ini dapat terus bersaing dan tumbuh sebagai bisnis kuliner kreatif yang berkelanjutan. Ke depan, pengembangan varian produk serta perluasan distribusi menjadi peluang yang layak dipertimbangkan untuk mendorong pertumbuhan usaha secara optimal.

5.2 Tindak Lanjut

Pelaku usaha terus berupaya menjaga keberlanjutan bisnis Eatme brownies melalui pengalaman langsung yang diperoleh selama menjalankan usaha ini

1. Menyusun rencana bisnis secara menyeluruh yang mencakup aspek pemasaran, aspek produksi, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan.
2. Menjalin kerja sama dengan supplier bahan baku dan pengiriman serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan.
3. Meningkatkan branding dan promosi melalui media sosial dengan strategi konten yang konsisten.
4. Memberikan edukasi kepada calon pelanggan tentang keunggulan produk, seperti tekstur fudgy dan rasa dark chocolate.
5. Menjawab pertanyaan pelanggan secara ramah, cepat, dan informatif untuk menciptakan pengalaman pembelian produk yang nyaman.

6. Terbuka terhadap kritik dan saran pelanggan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan produk maupun layanan.
7. Terus berinovasi dalam pengembangan varian rasa dan kemasan yang menarik sesuai tren pasar.
8. Menjaga kualitas produk dengan kontrol bahan baku dan proses pembuatan yang konsisten.
9. Melibatkan tim secara aktif dalam pengambilan keputusan dan pengembangan usaha.
10. Memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman pribadi selama menjalankan bisnis sebagai bekal untuk pengambilan strategi ke depan.

Eatme Brownies memiliki visi untuk terus tumbuh dan berkembang sebagai brand kuliner lokal yang dapat dipercaya konsumen. Ke depan, bisnis ini tidak hanya berfokus pada mempertahankan kualitas fudgy brownies yang sudah menjadi ciri khas, tetapi juga berkomitmen menghadirkan inovasi produk baru yang sesuai dengan tren pasar,

seperti brownies kering, soft cookies, maupun variasi kue lainnya yang diminati masyarakat.

Dengan konsistensi dalam menjaga rasa, kualitas bahan baku, serta pelayanan yang baik, Eatme Brownies berharap dapat memperluas jangkauan pasar, baik melalui penjualan online maupun pembukaan gerai offline di masa mendatang. Langkah ini menjadi bagian dari strategi jangka panjang untuk memperkuat brand, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih besar.

Harapan besarnya, Eatme Brownies tidak hanya dikenal sebagai produsen fudgy brownies, tetapi juga berkembang menjadi sebuah toko kue yang besar, lengkap, dan mampu bersaing di industri makanan dan minuman, sekaligus memberikan kontribusi positif bagi perkembangan UMKM kuliner di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Nikawati, T., Mustofa, A., & Widanti, Y. A. (2020). browniesS BEBAS GLUTEN DARI TEPUNG KORO PEDANG (*Canavalia ensiformis* L) DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF DAN VARIASI LAMA PEMANGGANGAN. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 12(2), 99. <https://doi.org/10.20961/jthp.v12i2.36161>
- Poluan, J., Karuntu, M. M., & Samadi, R. L. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Tradisional (Studi Pada Konsumen Gen Z Di Kota Tomohon). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 119–127. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v11i1.54288>
- Yanti, A., & Nurhidayah, F. (2020). Pentingnya Pemahaman Akuntansi Sederhana Sebagai Solusi Untuk Menyusun Laporan Keuangan (Studi kasus pada UD Rian Arianto Farm). *Jurnal Akuntansi*, 9(2), 183–193. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/akuntansi186>

Khairani, N., Adiva, T., Fernandes, R., Hutabarat, M., & Simorangkir, T. G.

(2025). Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Penjualan

Produk UMKM di Era Digital. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science*

Research, 5(2024), 4583–4591.

<https://bisnisukm.com/ide-usaha-fudgy-brownies-untungnya-lumer->

[seperti-rasanya.html](https://bisnisukm.com/ide-usaha-fudgy-brownies-untungnya-lumer-seperti-rasanya.html)

<https://www.ciputra.ac.id/acc/laporan-arus-kas-pentingnya->

[mengelola-keuangan-perusahaan-dengan-tepat/](https://www.ciputra.ac.id/acc/laporan-arus-kas-pentingnya-mengelola-keuangan-perusahaan-dengan-tepat/)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Customer Eatme Brownies



Lampi

ran 2 Proses Pemanggaan Fudgy brownies dan brownies Kering



Lampiran 3 Proses Pemanggangan Soft Cookies



Lampiran 4 Customer Eatme brownies





Lampiran 5 Belanja Pembelian Bahan Baku



Lampiran 6 Bukti *Review Customer* Eatne Brownies

