



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN
SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*)
PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR**

LAPORAN BISNIS

Ghani Al Mira

1802025408

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

JAKARTA

2022



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN
SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*)
PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR**

LAPORAN BISNIS

Ghani Al Mira

1802025408

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JAKARTA
2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan bisnis dengan judul "PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR" merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah diaplikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan laporan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya tulis orang lain, maka saya bersedia untuk mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.

Jakarta, 22 Juli 2022

Yana Menvotakan



1802025408

PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS

JUDUL : **PENGEMBANGAN PRODUK**
BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI
TEPUNG MOCAF
(MODIFIED CASSAVA FLOUR) PADA USAHA
AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR

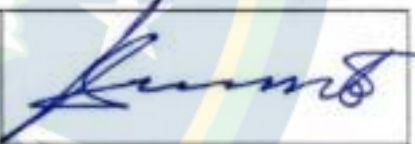

NAMA : **GHANI AL MIRA**

NIM : **1802025408**

PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2021/2022**


Laporan bisnis ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian laporan bisnis:

Pembimbing I	Dr. Sunarta, S.E., M.M.	
Pembimbing II	Prof. Dr. Andi Sessu, M.Si	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka


Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.

PENGESAHAN LAPORAN BISNIS

Laporan Bisnis dengan judul:

PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (MODIFIED CASSAVA FLOUR) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR

Yang disusun oleh:

Ghani Al Mira
1802025408

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian keserjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
Pada tanggal: 28 Juli 2022

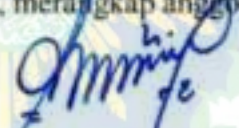
Tim Penguji

Ketua, merangkap anggota:



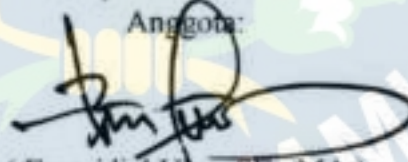
(Dr., Amilia Zalnita, MM.)

Sekretaris, merangkap anggota:



(Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM.)

Anggota:



(Emaridial Ulza, SE., MA.)

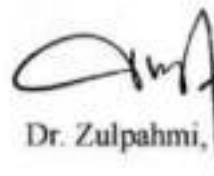
Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka



Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka



Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN BISNIS UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghani Al Mira
NIM : 1802025408
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka
Jenis Karya : Laporan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

"PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi laporan bisnis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Juli 2022

Yang menyatakan


(Ghani Al Mira)

ABSTRAK

Ghani Al Mira (1802025408)

PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR.

Laporan Bisnis. Program Strata Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka. 2022. Jakarta.

Kata Kunci : Pengembangan Produk, Brownies Kukus, Substitusi Tepung Mocaf

Laporan bisnis ini bertujuan untuk mengetahui inovasi usaha Al Mira Cake yang dijalankan, strategi terbaik serta prospek keuntungan atau kerugian dari usaha brownies tersebut. Dalam laporan bisnis ini penulis juga bertindak sebagai pemilik usaha Al Mira Cake. Penulisan ini berbentuk rencana bisnis atas usaha yang digambarkan melalui bisnis model kanvas. Penulis juga menggunakan metode Analisis SWOT, dan PENCILS. Berdasarkan kajian penulis, ditemukan adanya inovasi dalam produk brownies kukus Al Mira Cake yaitu berupa penggantian bahan baku utama dari sebuah brownies. Dengan banyaknya pembeli Al Mira Cake, penggunaan bahan baku yaitu tepung mocaf pun menjadi meningkat. Sehingga, Al Mira Cake berperan dalam mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku yang merupakan hasil impor, yaitu tepung terigu. Pengembangan produk Al Mira Cake dengan mensubstitusikan tepung mocaf terbukti menjadi inovasi baru yang mampu meningkatkan penjualan Al Mira Cake secara berkala.

ABSTRACT

Ghani Al Mira (1802025408)

PRODUCT DEVELOPMENT OF STEAMED BROWNIES WITH MOCAF FLOUR (MODIFIED CASSAVA FLOUR) SUBSTITUTION AT AL MIRA CAKE'S BUSINESS IN EAST JAKARTA.

Business Report of Bachelor Degree Program. Management Major. Economical and Business Faculty of Muhammadiyah University Prof. DR. Hamka. 2022. Jakarta.

Keyword : Product Development, Steamed Brownies, Mocaf Flour Substitution

This business report aims to find out the innovations of Al Mira Cake's business, the best strategy and the prospect of profit or loss from the brownie business. In this business report the author also acts as the owner of the Al Mira Cake business. This writing is in the form of a business plan for a business described through a business model canvas. The author also uses the SWOT analysis method, and PENCILS. Based on the author's study, it was found that there was an innovation in the Al Mira Cake steamed brownie product, namely in the form of replacing the main raw material from a brownie. With so many buyers of Al Mira Cake, the use of raw materials, namely mocaf flour, has also increased. Thus, Al Mira Cake plays a role in reducing dependence on imported raw materials, namely wheat flour. The development of the Al Mira Cake product by substituting mocaf flour has proven to be a new innovation that is able to increase the sales of Al Mira Cake on a regular basis.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan bisnis yang berjudul **“PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR”**. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita menuju peradaban terang akan ilmu pengetahuan seperti yang dapat kita rasakan sekarang.

Dalam menulis laporan bisnis ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan, bimbingan, juga dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak M. Nurrasyidin, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

5. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Tohirin, SHI., M.Pd.I selaku Wakil Dekan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
7. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
8. Bapak. Dr. Sunarta, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, memberikan dukungan serta arahan kepada penulis dalam penyusunan laporan bisnis ini.
9. Bapak Prof. Dr. Andi Sessu, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan serta dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan bisnis ini.
10. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
11. Ibu Dewi Yanti, selaku bunda sekaligus ayah bagi penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa yang tak pernah lepas sehingga penulis dapat menulis nama indahinya di sini.
12. Muhammad Al Fayedh, Bintang Aliya, dan Keiko Zifa yang senantiasa memberikan dukungan terpendamnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggungjawabnya dengan cepat.

13. Alvin Eka Prasetya, yang turut bersedia memberikan waktu untuk mendukung dan membantu penulis selama proses penulisan laporan bisnis ini.


14. Semua kakak tingkat dan teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

15. Seluruh pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan bisnis ini masih jauh dari kesempurnaan, yang mana di dalamnya terdapat banyak kekurangan baik dalam tata bahasa maupun ruang lingkup permasalahan. Untuk itu, penulis sangat terbuka menerima kritik serta saran yang membangun guna kebaikan penulis ke depannya. Akhir kata, penulis sangat berharap bahwa laporan ini dapat menjadi manfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 22 Juli 2022


Ghani Al Mira

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN LAPORAN BISNIS	iii
PENGESAHAN LAPORAN BISNIS	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN BISNIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	5
1.2.1 Identifikasi Usaha	5
1.2.2 Pembatasan Usaha.....	5
1.3 Tujuan Usaha.....	5
1.4 Manfaat Usaha.....	6
BAB II TINJAUAN PENGALAMAN BISNIS	8
2.1 Gambaran Wirausaha Sukses	8
2.2 Bidang Usaha.....	11
2.2.1 Perbedaan Pengusaha dan Pedagang	19
2.2.1.1 Pengusaha.....	19

2.2.1.2	<i>Pedagang</i>	19
2.3	Telaah Putaska	20
2.3.1	<i>Kewirausahaan</i>	20
2.3.1.1	<i>Definisi Kewirausahaan</i>	20
2.3.1.2	<i>Faktor-Faktor Keberhasilan Wirausaha</i>	22
2.3.2	<i>UMKM</i>	24
2.3.2.1	<i>Definisi UMKM</i>	24
2.3.3	<i>Pengembangan Usaha</i>	26
2.3.3.1	<i>Definisi Pengembangan Usaha</i>	26
2.3.3.2	<i>Tahapan Pengembangan Usaha</i>	27
2.3.4	<i>Pemasaran</i>	28
2.3.4.1	<i>Definisi Pemasaran</i>	28
2.3.5	<i>Studi Kelayakan Bisnis</i>	28
2.3.5.1	<i>Definisi Studi Kelayakan Bisnis</i>	28
2.3.5.2	<i>Tujuan Studi Kelayakan Bisnis</i>	29
BAB III	KERANGKA BISNIS	32
3.1	Kerangka Bisnis	32
3.2	Bisnis Model Kanvas (<i>Business Model Canvas</i>)	39
3.3	Analisis SWOT	41
3.3.1	<i>Kekuatan (Strengths)</i>	41
3.3.2	<i>Kelemahan (Weakness)</i>	42
3.3.3	<i>Peluang (Opportunities)</i>	42
3.3.4	<i>Ancaman (Threats)</i>	43
3.4	<i>Public Relation Mix (PENCILS)</i>	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Kerangka Bisnis	47

4.1.1 Ringkasan (<i>Executive Summary</i>)	47
4.1.2 Tujuan Perusahaan (<i>Company Summary</i>)	51
4.1.3 Pelayanan Kompetitif (<i>Service Competitive</i>)	56
4.1.4 Analisa Ringkasan Pemasaran (<i>Marketing Analysis Summary</i>)	57
4.1.5 Ringkasan Strategi dan Implementasi (<i>Strategi and Implementation Summary</i>)	59
4.1.6 Ringkasan Manajemen (<i>Management Summary</i>).....	61
4.1.7 Rencana Keuangan (<i>Financial Plan</i>)	64
4.2 Business Model Canvas (BMC)	69
4.2.1 Proposisi Nilai (<i>Value Propotion</i>)	69
4.2.2 Segmentasi Pasar (<i>Customer Segment</i>)	69
4.2.3 Jaringan atau Saluran (<i>Channels</i>).....	69
4.2.4 Hubungan dengan Pelanggan (<i>Customers Relationship</i>)	70
4.2.5 Kegiatan Utama (<i>Key Activities</i>)	70
4.2.6 Sumber Daya (<i>Key Resources</i>)	70
4.2.7 Kemitraan Kunci (<i>Key Patners</i>).....	71
4.2.8. Komposisi Biaya (<i>Cost Structure</i>).....	71
4.2.9 Aliran Dana (<i>Revenue</i>).....	71
4.3 Analisis SWOT.....	72
4.3.1 Kekuatan (<i>Strength</i>)	72
4.3.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	73
4.3.3 Peluang (<i>Opportunity</i>)	74
4.3.4 Ancaman (<i>Threats</i>).....	74
4.4 <i>Public Relation Mix</i>	75
4.4.1 Publikasi dan Publisitas (<i>Publication and Publicity</i>)...	75
4.4.2 Penyusunan Program Acara (<i>Event</i>)	75

4.4.3 Menciptakan Berita (<i>News</i>)	76
4.4.4 Kepedulian pada Komunitas (<i>Community Involvement</i>)	76
4.4.5 Memberitahukan atau Meraih Citra (<i>Inform or Image</i>)	76
4.4.6 Pendekatan dan Bernegosiasi (<i>Lobbying and Negotiating</i>)	77
4.4.7 Investasi Sosial (<i>Social Investment</i>).....	77
4.5 Rencana Bisnis Kedepan dengan Pendekatan Matriks Ansoff (<i>Ansoff Matrix</i>)	78
4.5.1 Matriks Ansoff	78
4.5.2 Rencana Bisnis Masa Depan	79
4.6 Uji Kelayakan Bisnis	81
4.6.1 Produk yang ditawarkan	81
4.6.2 Perkembangan, Permintaan dan Prospek.....	82
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Rekomendasi	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Wirausaha Sukses	14
Tabel 2 Anggaran Biaya Start-Up Al Mira Cake	54
Tabel 3 Anggaran Bahan Baku.....	55
Tabel 4 Anggaran Modal Kerja Start-Up Usaha Al Mira Cake	55
Tabel 5 Biaya Gaji	63
Tabel 6 Total Penjualan Al Mira Cake Selama Satu Bulan	65
Tabel 7 Proyeksi Kenaikan Penjualan	66
Tabel 8 Proyeksi Penjualan Setelah Kenaikan Harga Jual Bulan Agustus ...	66
Tabel 9 Proyeksi Biaya Gaji.....	67
Tabel 10 Proyeksi Biaya Listrik, Air, Gas, Internet, Kebersihan, dan Transportasi	68
Tabel 11 Biaya Operasional Per-Bulan.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Konsep Business Plan	31
Gambar 2 Bisnis Model Kanvas	36
Gambar 3 Matrik Analysis SWOT (Analisis SWOT)	39
Gambar 4 Tata Letak Alat dan Perlengkapan Al Mira Cake	53
Gambar 5 Struktur Organisasi	62
Gambar 6 Business Model Canvas Al Mira Cake	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Logo Usaha Al Mira Cake	1/15
Instagram Usaha Al Mira Cake	2/15
Whatsapp Business Al Mira Cake	3/15
Produk Yang Dijual Al Mira Cake	5/15
Nomor Induk Berusaha Al Mira Cake	8/15
Lokasi Al Mira Cake.....	9/15
Laporan Laba/Rugi Al Mira Cake per Desember 2019	10/15
Pengajuan Judul Proposal Laporan Bisnis	11/15
Pengajuan Persetujuan Judul Proposal Laporan Bisnis	12/15
Surat Tugas.....	13/15
Catatan Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing I.....	14/15
Catatan Konsultasi Skripsi Dosen Pembimbing II	15/15

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia kini tengah memasuki era revolusi digital atau yang lebih dikenal dengan era *society* (masyarakat) 5.0, dimana era ini merupakan suatu konsep yang berpusat pada manusia untuk hidup berdampingan dengan teknologi digital. Era *society* 5.0 menawarkan begitu banyak kemudahan salah satunya ialah efisiensi waktu sehingga kesibukkan manusia dalam melakukan pekerjaannya menjadi bertambah, melalui pengurangan aktivitas fisik. Karena segala hal yang terjadi dewasa ini dapat terhubung pada manusia itu sendiri melalui layar komputer, laptop, atau bahkan *smartphone* yang terkoneksi dengan internet. Kecepatan dalam mencari dan mendapatkan sesuatu di masa kini melahirkan sumber daya manusia yang kompetitif untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi dalam bidang apapun.

Tujuan utama dari seorang individu maupun organisasi agar terus hidup ialah mencari keuntungan melalui aktivitas ekonomi yang biasanya disebut dengan UMKM. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berperan aktif dalam membangun perekonomian daerah serta negara yang bersumber pada asas kekeluargaan, demokrasi ekonomi, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional. Di Indonesia UMKM bergerak di berbagai bidang, seperti *fashion*, *event organizer*, pendidikan, kecantikan, pariwisata dan perjalanan, agribisnis, produk kreatif, serta kuliner. Diantara semua,

UMKM di bidang kuliner memiliki kedudukan yang lebih dominan mengingat bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan primer setiap manusia.

Produk makanan terbagi menjadi dua jenis, yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat dikualifikasikan dengan makanan utama yang mengenyangkan seperti nasi, beserta lauk pauk dengan rasa yang didominasi oleh asin, gurih, dan pedas. Makanan ringan dikualifikasikan sebagai makanan pendamping setelah makanan utama atau makanan selingan yang dapat dikonsumsi kapan saja dengan rasa yang didominasi oleh rasa manis. Menurut Husna (2014), salah satu jenis makanan ringan yang populer di berbagai kalangan masyarakat Indonesia ialah brownies.

Brownies pertama kali diperkenalkan di Palmer House Hotel, Chicago, Amerika Serikat pada tahun 1893 di sebuah pameran acara yang bertajuk *Columbian Exposition*. Pemilik hotel saat itu bernama Bertha Palmer meminta seorang koki untuk menghadirkan makanan penutup untuknya dan tamu undangan yang hadir pada acara tersebut. Bertha Palmer juga meminta sang koki memotong kueya dengan ukuran yang lebih kecil sehingga lebih mudah untuk dimakan. Dari sanalah lahir karakteristik brownies yang berbentuk persegi dengan berbahan dasar coklat dan tepung terigu.

Populernya brownies di Indonesia menyebabkan adanya peningkatan pada konsumsi tepung terigu di tengah masyarakat. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Tepung Terigu Indonesia (Aptindo) pada tahun 2016, konsumsi tepung terigu di Indonesia pada tahun 2013 ialah sebesar 5.142.000 MT yang meningkat sebesar 6.63% pada tahun 2015 yaitu sebesar 5.483.000 MT.

Namun pasalnya, mayoritas tepung terigu yang beredar di Indonesia diperoleh dari hasil impor gandum karena kurang optimalnya upaya penanaman gandum. Guna mengurangi ketergantungan impor gandum pada negara pengekspor, perlu adanya inovasi baru sebagai alternatif bahan dasar tepung terigu melalui pengoptimalan jenis tepung lain yang berbahan dasar pangan lokal. Salah satu jenis pangan lokal dengan jumlah yang banyak ialah ubi kayu, atau yang lebih dikenal dengan nama singkong. Singkong merupakan sumber pangan terbesar ketiga di Indonesia setelah padi dan jagung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015, produksi singkong di Indonesia mencapai 21.801.415 ton. Dengan banyaknya ketersediaan singkong yang ada, singkong diolah kembali menjadi bahan setengah jadi berbentuk tepung.

Tepung singkong dapat disimpan lebih lama dan cenderung lebih praktis sehingga bahan baku bagi sektor usaha kuliner menjadi lebih terjamin. Kemudian, tepung singkong yang sudah ada, dikembangkan lagi menjadi sebuah tepung yang dikenal dengan nama tepung Mocaf (*Modified Cassava Flour*). Tepung mocaf ini merupakan hasil modifikasi dari tepung singkong yang difermentasi dengan menggunakan mikroba. Dibandingkan dengan tepung singkong biasa, tepung mocaf memiliki keunggulan tersendiri dimana warna yang dihasilkan tampak lebih putih seperti tepung terigu. Sehingga, cukup banyak penelitian terdahulu yang mengganti tepung terigu dengan tepung mocaf sebagai bahan dasar pembuatan brownies kukus.

Seperti analisis yang dilakukan oleh Putu Wahyu Manik Fransiska, Damiati, Ni Made Suriani (2019) yang berjudul **“Studi Eksperimen Tepung Mocaf**

(Modified Cassava Flour) Menjadi Brownies Kukus”, menunjukkan hasil bahwa dilihat dari segi tekstur, rasa, dan aroma, brownies kukus yang terbuat dari tepung mocaf memiliki kualitas yang sama dengan brownies kukus yang terbuat dari tepung terigu.

Analisis selanjutnya yang dilakukan oleh Sutrisno Adi Prayitno, Restu Tjiptaningdyah, dan Fadjar Kurnia Hartati (2018) yang berjudul **“Sifat Kimia dan Organoleptik Brownies Kukus dari Proporsi Tepung Mocaf dan Terigu”**, menunjukkan hasil bahwa aroma, rasa, dan warna dari brownies kukus yang dibuat dari tepung mocaf tidak memiliki perbedaan yang sangat nyata.

Herlina Dwi Nuresa (2020) dalam analisisnya yang berjudul **“Penilaian Responden Terhadap Penggunaan Tepung *Non-Gluten* (Kombinasi Tepung Mocaf dan Tepung Kedelai) sebagai Pengganti Tepung Terigu dalam Pembuatan Brownies Kukus”**, menyimpulkan bahwa tidak adanya perbedaan warna, aroma, penampilan, dan rasa antara brownies kukus tepung terigu dengan brownies kukus tepung mocaf karena penggunaan bahan dasar *dark cooking* coklat, coklat bubuk, dan coklat pasta pada kedua brownies kukus sama. Tidak juga ditemukan adanya perbedaan tekstur antara brownies kukus tepung terigu dengan brownies kukus tepung mocaf karena keduanya melalui penyangraian dengan cara yang sama terlebih dahulu.

Dari penjelasan dan penelitian di atas, penulis tertarik untuk membuat laporan bisnis usaha kuliner Al Mira Cake di Jakarta Timur tepatnya di jalan Batu Sari I sehingga penulis memilih untuk membuat laporan akhir yang berjudul **“PENGEMBANGAN PRODUK BROWNIES KUKUS DENGAN SUBSTITUSI TEPUNG MOCAF (*MODIFIED CASSAVA FLOUR*) PADA USAHA AL MIRA CAKE DI JAKARTA TIMUR”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Usaha

Berdasarkan uraian dalam latar belakang usaha, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam usaha ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya peluang usaha kue “Al Mira Cake” di Jakarta Timur
2. Meminimalisir ketergantungan terhadap produk impor dengan menggunakan produk pangan lokal
3. Mengidentifikasi pengaruh pengembangan terhadap peningkatan penjualan “Al Mira Cake”

1.2.2 Pembatasan Usaha

Pembatasan ruang lingkup usaha agar dalam laporan bisnis nanti terfokus pada permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan tidak menyimpang dari sasarannya. Ruang lingkup dilakukan terbatas pada bagaimana strategi pengembangan usaha pada toko “Al Mira Cake” di Jakarta Timur dan apakah pengembangan yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan.

1.3 Tujuan Usaha

Dari pembatasan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam laporan bisnis ini adalah:

1. Untuk mengetahui alasan memilih toko “Al Mira Cake” dan mengetahui pengembangan usaha kuliner khususnya kue
2. Untuk mengetahui peluang usaha dan faktor kendala dalam usaha toko “Al Mira Cake”
3. Untuk mengetahui strategi terbaik dalam mengelola usaha toko “Al Mira Cake”

4. Untuk mengetahui potensi-potensi yang ada dalam pengembangan usaha toko “Al Mira Cake”

1.4 Manfaat Usaha

Penulis berharap dari penulisan ini dapat memberikan banyak manfaat dari berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Ekonomi

Usaha toko “Al Mira Cake” ini cukup menjanjikan karena keuntungan yang didapatkan sangat baik dan memuaskan. Diharapkan bahwa usaha ini dapat terus berkembang dengan bertambahnya penghasilan guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga secara perlahan usaha ini dapat berkontribusi lebih besar kepada masyarakat dan pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja baru dan menurunkan angka pengangguran.

2. Manfaat Sosial

Manfaat sosial yang dirasakan oleh pemilik ialah melatih kemandirian, keterampilan berpikir dan bertindak untuk mencapai kestabilan finansial. Mengembangkan jiwa-jiwa pemimpin yang jujur, amanah, bertanggungjawab dan dapat diandalkan. Dengan adanya usaha ini, diharapkan bahwa usaha ini dapat berkembang dan diterima baik oleh masyarakat dengan hadirnya kesadaran bahwa pentingnya memulai pola hidup yang lebih sehat namun menyenangkan karena masyarakat masih dapat mengonsumsi makanan ringan kesukaannya.

3. Bagi Masyarakat

Keberadaan “Al Mira Cake” di tengah masyarakat, diharapkan mampu membawa energi positif sehingga masyarakat termotivasi untuk mempelajari keilmuan berwirausaha di bidang kuliner kue. Dengan demikian, masyarakat akan menambah kemampuannya dalam melakukan sesuatu yang kemudian kemampuan tersebut dapat disebar luaskan kembali kepada masyarakat di sekitarnya agar tumbuhlah sumber daya manusia yang unggul dan mampu bersaing. Selain itu, keberadaan “Al Mira Cake” diharapkan dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat sehingga tidak perlu mencari toko kue yang lebih jauh dengan harga yang relatif lebih mahal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adji Wahyu, Suwerti, Suratno. 2007. *Ekonomi Untuk SMA/MA Jilid 2*. Penerbit Erlangga
- Ardiyanti, Gunawan. 2012. *Powerful UKM: Gagalnya Perencanaan Bisnis*. Solo : PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Arvini, M. (2014). *Career First*. Jakarta: Gagas Media
- Asnte, E. A., & Affum, E. (2019). Entrepreneurship as a carrer choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition
- Arvini, M. (2014). *Career First*. Jakarta: Gagas Media
- Handayani, Intan Septi. 2013. **FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEBERHASILAN WIRAUSAHA**. Skripsi. Universitas Negeri Semarang : Semarang
- Wahyuningsih, S. (2018). *Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia*
- Andini, Regyta Putri. 2019. *Perbedaan Pengolahan Dan Kesukaan Konsumen Terhadap Produk Cookies Tepung Terigu Dan Tepung Ubi Jalar Ungu*. Skripsi. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta : Yogyakarta
- Rahmanto, R. A. 2010. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha “Elsari Brownies & Bakery” Kota Bogor Jawa Barat*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor
- Salim, Emil, 2011. *Mengolah Singkong Menjadi Tepung Mocaf*. Lily Publisher. Yogyakarta
- Thian, Alexander. 2021. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Saragih, R. (2017). **MEMBANGUN USAHA KREATIF, INOVATIF DAN. JURNAL KEWIRAUSAHAAN**
- Kotler,Philip.2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Terjemahan oleh Bob Sabram, Jakarta : Prentice hall.
- Kotler,Philip.2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Terjemahan oleh Bob Sabram, Jakarta : Prentice hall.
- Sutamo. 2012. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Freddy,Rangkuti. 2009. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas*. Indonesia: PPM Manajemen

Boend, B. (2018). *Young On Top*. Yogyakarta: B First

Entrepreneurship as a Career Choice: The impact of Locus of Control on Aspiring Entrepreneurs Opportunity Recognition. (n.d.).

Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research

Rhenald Kasali, dkk. 2010. *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1. Kerjasama Rumah Perubahan dan Mandiri*. Hikmah. Jakarta Selatan.

Robbins, S. dan M. Coulter. 2004. *Manajemen*. Edisi ke 7. PT. Indeks. Jakarta.

Nasution, Arman Hakim, dkk. 2011. *Entrepreneurship, Membangun Spirit Technopreneurship*. Andi Publisher. Yogyakarta, Indonesia.

