



Artikel Penelitian

**Article history:**

Received 24 November, 2023  
Revised 1 December 2023  
Accepted 3 December 2023

**Kata Kunci:**

Strategi;  
UMKM;  
SWOT

**Keywords:**

Strategy;  
UMKM;  
SWOT

**INDEXED IN**

SINTA - Science and  
Technology Index  
Crossref  
Google Scholar  
Garba Rujukan Digital: Garuda

**CORRESPONDING  
AUTHOR**

**Romansyah Sahabuddin**  
Universitas Negeri Makassar,  
Indonesia

**EMAIL**

[romansyah@unm.ac.id](mailto:romansyah@unm.ac.id)

**OPEN ACCESS**

E ISSN 2623-2022

## Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Roti F4 Bakery

### *F4 Bakery Bread Industry MSME Business Development Strategy*

**Romansyah Sahabuddin<sup>1\*</sup>, Sakhiya Nathasya<sup>2</sup>, Nurul Alfina<sup>3</sup>,  
Septiani Tri Mefia Wulandari<sup>4</sup>, Rifki Rif'at Rizkullah<sup>5</sup>, Muh. Rezky Afriansyah  
Syarif<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [romansyah@unm.ac.id](mailto:romansyah@unm.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [akhiyanathasya@gmail.com](mailto:akhiyanathasya@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [nurulalfinaazzahra@gmail.com](mailto:nurulalfinaazzahra@gmail.com)

<sup>4</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [septianitrimefiawulandari29@gmail.com](mailto:septianitrimefiawulandari29@gmail.com)

<sup>5</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [rifkirifat@gmail.com](mailto:rifkirifat@gmail.com)

<sup>6</sup>Universitas Negeri Makassar, Indonesia | [rezkyafriansyah@gmail.com](mailto:rezkyafriansyah@gmail.com)

**Abstrak:** UMKM F4 Bakery merupakan bagian dari industri roti atau roti yang saat ini sedang mengalami beberapa masalah dalam pengembangan usahanya, oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan usaha yang berbeda-beda yang kemudian dapat ditawarkan kepada UMKM. Metode yang digunakan adalah metode analisis energi, Kelemahan, Peluang maupun Ancaman (SWOT) yang diterapkan secara kualitatif dengan cara mewawancarai pemilik usaha dan mengamati UMKM. Saran strategi yang dapat dipilih antara lain membuat SOP (Standar Operasional Prosedur) bagi UMKM, akuntansi atau pembukuan bagi UMKM, pemutakhiran, promosi atau penjualan produk yang sudah ada.

**Abstract:** *UMKM F4 Bakery is part of the bakery industry which is currently experiencing several problems in developing its business, therefore different business development strategies are needed which can then be offered to UMKM. The method used is the energy, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT) analysis method which is applied qualitatively by interviewing business owners and observing MSMEs. Suggestions for strategies that can be chosen include creating SOPs (Standard Operating Procedures) for MSMEs, accounting or bookkeeping for MSMEs, updating, promoting or selling existing products.*

**Jurnal Kolaboratif Sains (JKS)**

Doi: 10.56338/jks.v6i12.4433

Pages: 1762-1767



## LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha Indonesia bertambah maju dari tahun ke tahun. Hal ini terlihat dari banyaknya UMKM baik kecil maupun besar yang diciptakan. Berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, UMKM terhadap total penduduk di Indonesia meningkat dari sebelumnya 0,24% menjadi 1,56% di awal tahun 2021. Peningkatan ini menunjukkan semakin berkembangnya UMKM di Indonesia sudah mengambil arah positif, meski masih di bawah target pemerintah sebesar 2% (Hutamy et al. 2021). Ada beberapa UMKM saat ini tidak mempunyai sumber daya strategis yang berguna untuk mengembangkan usahanya/pasarnya.

Selain persaingan industri yang ketat, para pengusaha juga perlu menggunakan akal sehat untuk memahami produk mana yang benar-benar dibutuhkan di pasar, seberapa luas ukuran pasarnya, Kapan Anda membutuhkan produk dan bagaimana cara mengirimkannya produk (Benzaghta, 2021). UKM yang tumbuh belakangan ini adalah di bidang masakan umum. Sekarang sering disebut dengan FnB (food and Beverage). Karena banyaknya UKM yang bergerak di industri makanan, pengusaha memerlukan strategi dan model ekonomi yang tepat yang dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bekerja di UKM tersebut, industri roti didirikan.

Industri roti adalah bagian dari industri makanan siap saji yang menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utama dalam proses produksi. Roti adalah sebuah produk roti pertama yang dikenal dan populer. Awalnya diketahui sebagai makanan kolonial di Indonesia, kini roti semakin digemari dalam kebiasaan makan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat kelas atas. Sekarang ini roti sering dijadikan sarapan, makanan ringan, dan makanan jadi bila diperlukan (Farhan Abdulaziz, 2021).

Salah satu toko roti berbasis UMKM di Kabupaten Gowa adalah UMKM F4 Bakery. F4 UMKM Bakery merupakan industri roti berbasis UMKM yang memproduksi dan bergerak di bidang produksi roti, roti basah ataupun roti kering, termasuk roti dengan varian yang berbeda-beda, seperti keju, coklat, coklat pisang, nanas, coklat kacang, moka, pandan. Dan ia biasanya melayani pemesanan di wilayah sekitar.

## METODE

Tahap pertama data primer dikumpulkan menggunakan cara wawancara. Metode kualitatif digunakan pada penelitian ini. Subyek penelitian adalah industri roti rumahan bernama "F4 Bakery milik Ibu Nurjannah yang beralamat Jl. Poros Malino, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Penelitian dilakukan pada bulan September sampai dengan November 2023 dengan sampel pemilik UMKM dan beberapa karyawan tetap Informasi yang diterima merupakan gambaran umum proses produksi dan lokasi yang digunakan, serta keadaan perusahaan.

Penelitian ini Menurut (Sugiyono, 2011), wawancara dilakukan sebagai cara pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengetahui masalah penelitian, dalam penelitian ini digunakan untuk mewawancarai informan yang diberikan pertanyaan. Selesai teknik pengambilan sampel. Selain itu, teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur yang memudahkan pengumpulan data dari para informan. Menurut (Sugiyono, 2011), teknik wawancara ini termasuk dalam kategori wawancara mendalam, yang lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

Tahap kedua dari analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tahap ketiga Setelah melakukan analisis SWOT, dapat ditemukan alternatif strategi dan strategi pengembangan usaha pada industri roti yang dapat berguna bagi pemilik dan juga bahan pertimbangan strategi pengembangan usaha. Mengidentifikasi beragam aspek secara metode untuk membangun strategi perusahaan adalah tahap kedua dari proses analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat meminimalkan bahaya dan kelemahan sekaligus memaksimalkan peluang dan kekuatan.

## HASIL DAN DISKUSI

### Sumber Daya Manusia

**Rekrutmen.** Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, proses perekrutan berjalan lancar, hanya pegawai yang bekerja di dapur saja yang wajib mempunyai pengalaman di bidang roti dan pegawai yang direkrut berasal dari luar daerah Gowa. Latar belakang pendidikan calon pegawai dan pegawai juga berbeda-beda, ada yang belum pernah bersekolah, lulusan sekolah vokasi, selain itu ada pula yang bergelar sarjana. Referensi dapat diperoleh dari teman atau keluarga dari pemilik. Prasyarat bekerja di toko roti ternama adalah kemauan dan rasa tanggung jawab serta kemampuan bekerja dalam kelompok.

**Seleksi.** Berdasarkan wawancara yang dilakukan bersama pemilik, proses seleksi dilakukan oleh pemilik itu sendiri, berdasarkan identitas dan pengalaman calon karyawan. Bagi calon pegawai, ada dua kriteria yang diharapkan oleh pemilik, ialah niat dan kejujuran dalam melakukan pekerjaan. Pemilik juga mengatakan, seleksi diadakan melalui wawancara dengan pemilik dan calon karyawan. Berdasarkan wawancara narasumber dapat disimpulkan bahwa seleksi dilakukan oleh pemilik dan efektif karena pemilik bertemu secara langsung dengan calon karyawan sehingga evaluasi dapat diadakan pada waktu yang bersamaan.

**Orientasi.** Orientasi ialah langkah dimana karyawan mulai mengenali pekerjaannya. Berdasarkan wawancara terhadap pemilik dan calon karyawan terpilih harus melalui tahap orientasi, mengenal lingkungan kerja seperti jam kerja 9-16, ruang kerja, mengenal baik karyawan, pekerjaan dan pembagian kerja. Adalah bagian penjualan dan pengemasan, produksi 1 minggu dengan tujuan agar para karyawan dapat beradaptasi, mengenali dan menjalankan tugasnya selama bekerja di F4 Bakery, dan dapat disimpulkan bahwa akan dilakukan tahap orientasi selama 1 minggu, agar pemilik mengetahui jika calon karyawan dapat beradaptasi dan memahami tugasnya di F4 Bakery.

**Pelatihan.** Berdasarkan wawancara dengan pemilik, tujuan dari proses pelatihan ini adalah agar mampu melakukan tugas-tugas baik di penjualan maupun untuk proses produksi di dapur. Proses ini memakan waktu 1 minggu yang meliputi pembelajaran model roti, isian dan proses pembuatan roti. Menurut pemiliknya, karyawan menjalankan masa pelatihan selama 1 minggu dan mendapat teguran jika melakukan kesalahan. Jika masih tidak memungkinkan, maka calon karyawan tidak boleh bekerja di F4 Bakery. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan F4 Bakery agar menggunakan metode pembelajaran untuk membantu calon karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

**Penilaian kinerja.** Dari hasil wawancara dengan pemilik, evaluasi terhadap kinerja karyawan dilakukan oleh pemilik sesuai standar evaluasi yang ditetapkan oleh pemilik. Dengan demikian, pemilik dapat amati dan ketahui apakah calon karyawan bekerja secara efektif atau tidak, lalu evaluasi tersebut bermanfaat bagi calon karyawan ketika mereka bekerja pada minggu pertama. Agar kami dapat bekerja secara maksimal selama masa uji coba, maka sangat penting untuk mengetahui baik calon karyawan maupun karyawan lainnya agar dapat memenuhi ekspektasi pemilik, menunjang operasional F4 Bakery serta meningkatkan kemampuan kerja sehingga dapat. Menyimpulkan bahwa evaluasi kinerja seluruh karyawan sangat baik. Berguna F4 Bakery bisnis dalam evaluasi.

**Pemutusan Hubungan Kerja.** Berdasarkan perbincangan yang dilakukan dengan pemilik, pemutusan kontrak kerja dapat terjadi jika ekspektasi pemilik terhadap karyawan tidak terpenuhi, misalnya kesalahan, pelanggaran atau hal-hal yang merugikan F4 Bakery yang sering terjadi di tempat kerja, jika tidak diberikan peringatan. Adalah diberikan untuk jangka waktu yang lebih lama,

setiap karyawan dapat mengubah cara kerjanya dan mereka akan dipecat. Kemudian ia dibayar sesuai dengan jam kerja karyawan tersebut. Namun bisa juga terjadi karena karyawan tersebut mempunyai keinginan personal untuk berhenti bekerja dikarenakan usia atau kecelakaan kerja yang membuat karyawan tersebut tidak dapat bekerja. Dalam wawancara dengan pemilik, disebutkan pula bahwa pekerja digaji sesuai hari kedatangannya saat dipecat oleh pemilik F4 Bakery.

### **Produksi / Operasional**

**Proses:** Dalam operasi produksi, prosesnya mempunyai beberapa langkah standar, ialah: 1) Penimbangan bahan: Setiap bahan mentah ditimbang sebelum dicampur. 2) Campur bahan mentah: Tambahkan bahan-bahan contohnya gula dan tepung menjadi satu. 3) Pencampuran :Bahan-bahan yang telah tercampur kemudian diaduk dengan mixer hingga adonan mempunyai tekstur yang baik sesuai standar pabrik, tambahkan air, telur dan mentega secara bertahap selama kurang lebih 10 menit. 4) Pembagian dan pembentukan: Adonan yang telah dalam keadaan sempurna, lalu dibagi menjadi beberapa bagian kecil misalnya 70 gram, kemudian dibentuk sesuai kebutuhan jenis roti yang ada di toko, dan isian ditambahkan sesuai kebutuhan. 5) Memanggang: Panggang roti yang sudah dibentuk kurang lebih 30-35 menit, hingga warna roti menjadi coklat keemasan. 6) Pengemasan: Setelah dipanggang, roti dидiamkan beberapa saat lalu dibungkus dengan plastik.

**Kapasitas.** Berdasarkan hasil wawancara pemilik, produksi roti tidak dapat dipastikan kapasitas produksinya, sehingga tergantung kondisi dan kapasitas.

**Tenaga Kerja.** Peranan tenaga kerja dalam produksi sangat penting, karena tanpa tenaga kerja yang maksimal, operasional F4 Bakery tidak dapat beroperasi secara maksimal. Berdasarkan hasil wawancara pemilik, F4 sangat memperhatikan kinerja setiap karyawan yang dibina oleh pemilik. Dalam proses produksinya, pemilik mengawasi proses dimana para pekerja menyiapkan adonan hingga menjadi roti, dan roti yang dihasilkan wajib memenuhi syarat yang telah ditentukan. Dengan demikian, disimpulkan bahwa tenaga kerja untuk produksi sesuai dengan kebutuhan untuk bekerja.

**Kualitas.** Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, quality control dan petugas produksi yang diawasi pemilik, roti yang dihasilkan pada proses produksi berwarna kuning keemasan dan lembut pada saat dikonsumsi. Kualitas roti tentu saja ditentukan sejak awal pencampuran dan pengolahan adonan, mulai dari pencampuran, pemanggangan hingga roti siap untuk dijual, namun khusus dalam memanggang harus memperhatikan waktu pemanggangan, tidak bisa. Kurang lebih sehingga harus sesuai dengan standar untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Tujuan pengendalian ini ialah untuk meminimalisir kerugian contohnya dikeluarkannya produk tidak dapat dijual karena kegagalan dalam produksi. Dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas produksi, produk F4 Bakery terjamin.

### **Pemasaran**

**Menganalisis Pelanggan.** Berdasarkan hasil wawancara analisis pelanggan dengan pemilik, produk roti yang dijual F4 Bakery ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat. Harga rotinya juga masih terjangkau yakni dua ribu rupiah. Produk roti F4 Bakery dirancang untuk masyarakat kelas bawah, menengah dan atas untuk memenuhi kebutuhan konsumsi roti masyarakat. Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa analisis pelanggan F4 didasarkan pada seluruh lapisan masyarakat, mulai dari kalangan bawah hingga atas, sehingga F4 Bakery dapat memenuhi permintaan konsumsi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara analisis pelanggan dengan pemilik, produk roti yang dijual F4 Bakery ditujukan untuk seluruh lapisan masyarakat. Harga rotinya juga masih terjangkau yakni dua ribu rupiah. Produk roti F4 Bakery dirancang untuk masyarakat kelas bawah, menengah dan atas untuk memenuhi kebutuhan konsumsi roti masyarakat.

**Produk atau Jasa.** Berdasarkan hasil pemilik dapat disimpulkan bahwa pasar yang dijangkau F4 Bakery saat ini dalam hal penjualan produk dan jasa adalah masyarakat yang berada di wilayah Sulawesi Selatan, karena rata-rata konsumen berasal dari Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Takalar, Maros. Kabupaten Gowa. Daerah F4 Bakery melayani semua pembelian event yang memerlukan konsumsi.

**Perencanaan barang atau Jasa.** F4 Bakery memproduksi roti dengan beberapa varian yaitu varian coklat, keju coklat keju, coklat pisang nanas, coklat kacang, coklat pandan, meses coklat, dan mocca. Semua produk direncanakan oleh pemilik, Namun pelaksanaan rencana tersebut dilakukan oleh bagian produksi. Pemilik mengatakan bahwa varian coklat yang paling diminati oleh konsumen.

**Harga.** Berdasarkan hasil wawancara pemilik diketahui bahwa menentukan harga produk Popular Bakery, pemilik menentukan sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan contohnya biaya produksi dan biaya personel. Namun harga tiap rotinya sama, yakni dua ribu rupiah. Jadi bisa disimpulkan, harga yang ditawarkan F4 Bakery untuk produk roti didasarkan pada biaya produksi dan biaya tambahan sumber daya manusia.

**Distributor.** Berdasarkan hasil wawancara pemilik, distribusi yang diadakan F4 Bakery hanya tersebar melalui toko F4 Bakery. Dan juga F4 Bakery memiliki layanan pengiriman roti dan permintaan roti dikirim menggunakan mobil kampas, semua tergantung banyaknya permintaan dan dikenakan biaya pengiriman untuk proses ini. Pemilik mengatakan, ia juga menyatakan bahwa roti tersebut dibagikan hanya melalui jasa pesan antar, pengirimannya dilakukan dengan mobil Kampas. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk hanya dilakukan melalui jasa distribusi, konsumen tidak dihubungi secara langsung sehingga pendistribusian tidak maksimal.

**Promosi.** Berdasarkan wawancara pemilik, promosi yang dilakukan oleh F4 Bakery merupakan promosi yang digunakan pada media lain seperti media sosial yang mempunyai dampak besar terhadap bisnis yang sudah ada, khususnya Instagram, Facebook maupun Whatsapp sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek dan penjualan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi F4 Bakery, dapat diambil kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi perkembangan kegiatan usaha F4 Bakery. Kesimpulan yang diperoleh dari proses pengolahan dan analisis data adalah sebagai berikut: Berdasarkan analisis lingkungan internal dan fungsi bisnis F4 Bakery, dapat disimpulkan bahwa F4 Bakery memiliki keunggulan seperti pemilihan dan harga roti yang cukup masuk akal, kualitas dan rasa selalu terjamin serta layanan pesan antar ke rumah yang membuat segalanya lebih mudah bagi pembeli. Dan dari segi pemasaran, F4 Bakery cukup optimal karena telah menggunakan beberapa cara yang dapat menggairahkan penjualan di media sosial seperti *Instagram, Whatsapp, Messenger, Facebook* dan lain-lain.

## SARAN

Penelitian ini merekomendasikan strategi yang dapat diterapkan oleh F4 Bakery adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Melalui strategi tersebut, F4 Bakery dapat mengembangkan apa yang dimilikinya secara maksimal agar F4 Bakery dapat bersaing dan bertahan di industri roti.

Perlunya perluasan pasar ke kota-kota lain dengan membuka toko-toko baru agar orang lain dapat cepat mengetahui tentang F4 Bakery dan tidak kesulitan untuk membeli F4 Bakery.

Mempertahankan dan meningkatkan sajian yang ada dengan tetap menjaga kualitas dan cita rasa roti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah. (2018). Pemasaran Produk dan Merek. Pasuruan: Qiara Media.  
Ardina Hariasari. (2015). Tingkat kepuasan Konsumen Terhadap Produk

- Restaurant Nikkou Ramen Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, UNY.
- Astuti. (2017). Pengaruh Karakteristik Internal Perusahaan Terhadap Penyiapan dan Penggunaan Informasi Akuntansi Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Kudus. Universitas Diponegoro.
- Badan Pusat Statistik 2016. Makassar Dalam Angka 2015 Jakarta; BPS-Statistik Sulawesi Selatan
- Basilius Redan Werang. (2015). Pendekatan Kuantitatif dalam Penelitian Sosial. Yogyakarta: Calpulis
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). In *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)* (Vol. 1, Issue 1).
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2016. Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian Tahun 2015. Jakarta: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia
- Muhammad Rakib, dan, & Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Ujung Pandang, S. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros) (Vol. 19, Issue 2).
- Permata Sari, M. (2020). Analisis Swot Dalam Pengembangan Usaha Roti Pada Roti Barokah Di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur.
- Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Menghitung Bobot, Rating, dan OCAL. Jakarta PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suhartini. (2016). Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan Makanan Khas Korea Di Silla Restaurant Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Teknik*. Yogyakarta: UNY
- Troso, T. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi (studi pada umkm kain tenun ikat troso jepara) 1 Nita Andriani dan 2 Zuliyati 1,2, (2012), 41–52.
- Yunus, Eddy. 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Penerbit Andi.