

Strategi Pengembangan Usaha Roti Mohra melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat di Mandailing Natal

Muhammad Alfi Syahrin*, Abdul Rahim, Muhammad Alwi, Rizki Amaliah, Marida Sari, Nur Laili, Eli Anisa, Thoibah

STAIN Mandailing Natal, Mandailing Natal, Indonesia

Corresponding Author: muhamadalfisahrin525@gmail.com

Kata Kunci: Pengembangan, Usaha, Pengabdian, Masyarakat.

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in the Indonesian economy, but still face various challenges such as limited capital, low quality of human resources, and lack of mastery of technology. The food and beverage (F&B) sector, including the bakery industry, shows great potential with increasing market demand. This community service activity aims to develop the Mohra Bread business in Panyabungan, Mandailing Natal, through a participatory approach and direct assistance. The methods used include observation, preparation of action plans, implementation of business management and product innovation assistance, as well as monitoring and evaluation. The results of the activity showed an increase in production efficiency, improvement in business management, and the success of new product innovations that have an impact on increasing sales. This program proves that the right assistance strategy can increase the competitiveness of MSMEs in the local market.

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan kurangnya penguasaan teknologi. Sektor makanan dan minuman (F&B), termasuk industri roti, menunjukkan peluang besar dengan permintaan pasar yang terus meningkat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan usaha Roti Mohra di Panyabungan, Mandailing Natal, melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung. Metode yang digunakan meliputi observasi, penyusunan rencana tindakan, pelaksanaan pendampingan manajemen usaha dan inovasi produk, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan efisiensi produksi, perbaikan manajemen usaha, serta keberhasilan inovasi produk baru yang berdampak pada peningkatan penjualan. Program ini membuktikan bahwa strategi pendampingan yang tepat dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal.

Cara mensitasi artikel:

Syahrin, Muhammad Alfi et.al. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Roti Mohra melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat di Mandailing Natal. *Ambacang: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 434-439.

<https://journal-ambacang.willyprint-art.my.id/index.php/ojs>

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memegang peran penting dalam kegiatan perekonomian masyarakat. UMKM berfungsi sebagai penggerak utama dalam mempercepat pembangunan ekonomi rakyat dan terbukti mampu menjadi andalan di masa krisis melalui penciptaan lapangan kerja serta kontribusi terhadap penerimaan negara melalui pajak. Peran strategis ini dapat terus ditingkatkan dengan mengoptimalkan UMKM sebagai pelaku usaha komplementer dalam pengembangan ekonomi nasional (Christiana, Pradhanawati, dan Hidayat, 2014). Namun, di sisi lain, UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Selain itu, kendala lain yang sering muncul adalah tidak jelasnya prospek usaha, lemahnya perencanaan, serta visi dan misi yang belum terarah dengan baik (Assyifa, 2023; Nurhidayah, 2023).

Bisnis di bidang makanan atau food and beverages (F&B) menjadi salah satu sektor usaha yang sangat diminati oleh masyarakat. Selain menawarkan potensi keuntungan yang tinggi, makanan juga merupakan kebutuhan dasar setiap individu. Oleh sebab itu, di mana pun dan kapan pun, masyarakat tetap membutuhkan makanan sebagai sumber utama kehidupan (Ayodya, 2007; Sukarniati, 2021). Di Indonesia, perubahan pola hidup masyarakat yang semakin konsumtif turut mendorong peningkatan daya beli, sehingga memengaruhi kebiasaan konsumsi yang lebih memilih membeli makanan di luar daripada memasak sendiri di rumah (Mandasari dan Adhitama, 2011). Dengan kondisi tersebut, penting bagi pelaku usaha untuk memiliki strategi yang jelas agar dapat memperoleh keuntungan yang optimal. Strategi sendiri merupakan sebuah perencanaan berskala besar yang berorientasi ke masa depan, dirancang untuk beradaptasi dan bersaing dalam lingkungan yang kompetitif demi mencapai tujuan perusahaan (Sancoko, 2015).

Roti merupakan salah satu jenis makanan yang sangat populer di kalangan masyarakat, dengan perkembangan yang terus menunjukkan pertumbuhan pesat. Saat ini, roti telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan bahkan berfungsi sebagai makanan pokok bagi sebagian orang. Pertumbuhan industri roti mendorong para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk serta menerapkan strategi penjualan yang efektif (Laksmiana, Santoso, dan Rahayudi, 2019). Kondisi ini semakin diuji ketika pemerintah memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau social distancing pada awal Maret 2020 di masa pandemi (Chaerani et al., 2020). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah melalui pengembangan koperasi. Agar koperasi dapat berkembang secara optimal, berbagai faktor pendukung juga perlu ditingkatkan.

Strategi pengembangan merupakan langkah yang memerlukan keputusan dari manajemen puncak untuk mendorong pertumbuhan usaha. Strategi ini berdampak pada kelangsungan hidup organisasi dalam jangka panjang, setidaknya untuk periode lima tahun, sehingga bersifat berorientasi ke masa depan. Dalam implementasinya,

strategi pengembangan berperan dalam proses perumusan strategi dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perusahaan. Perumusan strategi sendiri melibatkan penyusunan rencana jangka panjang guna mengelola peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Strategi yang dikembangkan akan lebih rinci sesuai dengan bidang fungsional manajemen masing-masing (Afridhal, 2017). Proses perumusan ini meliputi pengembangan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, analisis kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pembuatan berbagai alternatif strategi, serta pemilihan strategi yang paling sesuai untuk diterapkan.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha Roti Mohra di Panyabungan, Mandailing Natal. Tahapan metode pengabdian meliputi:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tim pengabdian melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam pengelolaan usaha, meliputi aspek produksi dan manajemen usaha.

2. Penyusunan Rencana Tindakan

Berdasarkan hasil identifikasi, disusun program kegiatan yang fokus pada pendampingan manajemen usaha dan inovasi produk.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pendampingan Manajemen Usaha: Melakukan pendampingan secara langsung dalam mengembangkan usaha roti.

4. Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui wawancara, serta analisis perubahan kinerja usaha setelah program berlangsung.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan metode pengabdian yang dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung, hasil yang dicapai dalam pengembangan usaha Roti Mohra di Panyabungan, Mandailing Natal menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada tahap pertama, observasi dan identifikasi masalah, tim pengabdian melakukan penilaian langsung terhadap usaha Roti Mohra. Ditemukan bahwa permasalahan utama terletak pada dua aspek, yaitu produksi yang belum efisien dan manajemen usaha yang kurang terstruktur. Produksi masih mengandalkan metode tradisional tanpa mempertimbangkan efisiensi waktu dan biaya. Di sisi lain, manajemen usaha tidak memiliki sistem yang jelas untuk mengatur alur kerja, stok bahan baku, serta pencatatan keuangan yang rapi.



Gambar 1. Proses Produksi Roti

Setelah identifikasi masalah, tim pengabdian menyusun rencana tindakan yang difokuskan pada dua hal utama: pendampingan manajemen usaha dan inovasi produk. Dalam hal manajemen usaha, tim memberikan pelatihan tentang cara merencanakan dan mengelola usaha secara lebih efektif, termasuk pengelolaan modal, pengaturan waktu produksi, dan cara mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Untuk inovasi produk, tim mengusulkan pembuatan variasi produk baru yang dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar lokal.

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, pendampingan dilakukan secara langsung dengan memberi pelatihan intensif mengenai berbagai aspek manajerial dan teknik produksi. Pelaku usaha diberikan panduan untuk mengelola stok bahan baku secara efisien, serta cara menyusun jadwal produksi yang lebih teratur. Dalam hal inovasi produk, pelaku usaha diajarkan cara membuat varian roti baru, seperti roti isi cokelat dan roti isi keju, yang lebih menarik bagi konsumen dan dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih bervariasi. Selain itu, tim juga memberikan arahan mengenai penerapan standar kualitas yang konsisten pada setiap produk yang dihasilkan.



Gambar 2. Pengolesan Mentega dan Memberikan Topping

Setelah pelaksanaan kegiatan, dilakukan monitoring dan evaluasi untuk menilai dampak dari program pengabdian ini. Evaluasi dilakukan melalui wawancara langsung

dengan pelaku usaha dan analisis terhadap perubahan kinerja usaha. Hasil evaluasi menunjukkan adanya perubahan positif dalam kedua aspek yang diajarkan. Secara khusus, usaha Roti MOHRA mengalami peningkatan efisiensi produksi, di mana waktu produksi dapat dipersingkat setelah penerapan metode yang diajarkan. Selain itu, penerapan manajemen yang lebih baik memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola aliran kas dan stok bahan baku dengan lebih efektif.

Inovasi produk juga membuahkan hasil yang menggembirakan. Varian roti baru yang diperkenalkan mendapatkan sambutan positif dari konsumen lokal, yang terlihat dari meningkatnya jumlah pesanan dalam dua bulan pertama setelah inovasi diluncurkan. Peningkatan penjualan ini menunjukkan bahwa strategi produk baru berhasil menarik minat pelanggan dan memperluas pasar usaha.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat dan pendampingan yang berkelanjutan, usaha Roti Mohra berhasil mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Pelaku usaha kini memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usaha mereka, baik dari sisi produksi, manajemen, maupun inovasi produk. Keberhasilan program ini juga membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam aspek pemasaran dan perluasan pasar, yang dapat meningkatkan daya saing usaha ini di pasar yang lebih luas.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan langsung terhadap usaha Roti Mohra berhasil meningkatkan efisiensi produksi, memperbaiki sistem manajemen usaha, serta menghasilkan inovasi produk yang diterima baik oleh pasar. Pendekatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah yang ada, tetapi juga memperkuat kapasitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan. Keberhasilan program ini membuka peluang bagi usaha Roti Mohra untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, sekaligus menjadi contoh bahwa pendampingan berbasis kebutuhan riil pelaku usaha dapat mendorong pertumbuhan UMKM secara signifikan.

Referensi

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*, 1(3).
- Assyifa, Z. Y., Kurniawati, H., Bana, N., & Nurmaulida, N. (2023). Mengembangkan Strategi Ekonomi Usaha Roti melalui UMKM di Lembaga Pendidikan. *Pediaqu:Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(3).
- Ayodya, Wulan. (2007). *Kursus singkat usaha rumah makan laris manis*. PT Elex Media Komputindo

- Chaerani., Diah., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). "Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan." *Dharmakarya*, 9(4).
- Christiana, Y., A. Pradhanawati, and W. Hidayat. 2014. "Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 3(4)
- Laksmana., Dzickrillah, R., Santoso, E., & Rahayudi, B. (2019). "Prediksi Penjualan Roti Menggunakan Metode Exponential Smoothing (Studi Kasus: Harum Bakery)." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(5).
- Mandasari, V., & Adhitama, B. (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generic*.
- Nurhidayah., Yustina., Awaru, A. O. T. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Roti Daeng Makassar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Nusantara*, 1(1).
- Sancoko, Aldo Hardi. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan dan Minuman pada Depot Time to Eat Surabaya. *AGORA*, 3(1).
- Sukarniati, L., Az-Zakiyyah, N. A., & Lubis, F. R. A. (2021). Strategi Peningkatan Pengembangan Usaha Toko Roti "Anna Bakery" di Tengah Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan*.