



Pengembangan Produksi Roti Jaya Bakery Homemade Di Dusun Jeding

Alfina Mudita Rahmasari¹, Annatasya Wandani Gotami², Yunita Cintiawati³, Herman⁴

^{1, 2, 3}, Sekolah Tinggi Agama Buddha (STAB) Kertarajasa Batu, ⁴Universitas Negeri Malang

E-mail: alfinamuditarahmasari@sekha.kemenag.go.id¹ annatasyawandaniigitami@sekha.kemenag.go.id²,
yunitacintiawati@sekha.kemenag.go.id³ hermanuggaseno@yahoo.com⁴

ARTICLE HISTORY

Submitted:

01 Februari 2023

Accepted:

16 Maret 2023

Published:

26 Juni 2023

ABSTRACT

Abstract: The Indonesian bakery industry is growing rapidly, from home bakeries to retail stores, and international franchises are in fierce competition for customers. In Indonesia, bread is a processed food that is commonly consumed. Roti Boy is one of the more well-known brands of bread in general use. The type of research used is triangulation research through research instruments, such as interviews, observation, and documentation. The purpose of this research is to help domestic Small Business as companies engaged in the food industry, especially bread and cake production, so they can compete with producers of these goods. The results of the research show that the development of the use of Boy's bread production materials and product packaging. However, Small Business Jaya Bakery has not used premium standard bread and packaging materials. One of the obstacles experienced by Small Business Jaya Bakery in making bread is the weather temperature which is difficult to predict. If the temperature isn't ideal, the finished product won't taste the way the customer wants it to. The Buddha emphasized that one way to be free from the miseries of life is to follow the four noble truths (cattari ariya saccani) and live a righteous life (samma ajiva). Right livelihood is suggested as the path (maggā) to be developed in the systematics of the Four Noble Truths (S. 421-422). Suggestions from researchers for Small Business Jaya Bakery, make additional packaging in various sizes to accommodate different bread varieties or order numbers, in order to attract consumer interest and maintain product taste quality.

Keywords: *Jaya Bakery, production, Boy's bread, UMKM*

Abstrak: Industri roti Indonesia berkembang pesat, dari toko roti rumahan hingga toko ritel, dan waralaba internasional bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan. Di Indonesia, roti merupakan makanan olahan yang umum dikonsumsi. Roti Boy adalah salah satu merek roti yang lebih terkenal di penggunaan umum. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian triangulasi melalui instrumen penelitian, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu UMKM dalam negeri sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan khususnya produksi roti dan kue agar dapat bersaing dengan produsen barang tersebut. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengembangan penggunaan bahan produksi roti Boy dan pengemasan produk. Namun, UMKM Jaya Bakery belum menggunakan bahan roti dan pengemasan yang memiliki standar premium. Hambatan yang dialami UMKM Jaya Bakery dalam pembuatan roti salah satunya adalah suhu cuaca yang sulit diprediksi. Jika suhunya tidak ideal, produk jadi tidak akan terasa seperti yang diinginkan pelanggan. Sang Buddha menekankan bahwa salah satu cara untuk terbebas dari kesengsaraan hidup adalah dengan mengikuti empat kebenaran mulia (*cattari ariya saccani*) dan menjalani kehidupan yang benar (*samma ajiva*). Penghidupan benar disarankan sebagai jalan (*maggā*) yang harus dikembangkan dalam sistematika Empat Kebenaran Mulia (S. 421-422). Saran dari peneliti untuk UMKM Jaya Bakery, membuat kemasan tambahan dalam berbagai ukuran untuk mengakomodasi varietas roti atau nomor pesanan yang berbeda, agar dapat menarik minat konsumen serta menjaga kualitas rasa produk.

Kata Kunci: *Jaya Bakery, produksi, roti Boy, UMKM*

CITATION

Rahmasari, A., M., Gotami, A., W., Cintiawati, Y., Herman. (2023). Pengembangan Produksi Roti Jaya Bakery Homemade Di Dusun Jeding. *Jurnal Nyanadasana: Jurnal Penelitian, Pendidikan, Sosial, dan Keagamaan*, 2 (1), 25-32. DOI: <http://doi.org/10.59291/ind.v2i1.28>



PENDAHULUAN

Industri roti pada era saat ini tepatnya di Indonesia sudah berkembang sangat pesat, dari toko roti rumahan hingga toko ritel, dan waralaba internasional bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan. Di Indonesia, roti merupakan makanan olahan yang umum dikonsumsi. Selain menawarkan nutrisi yang lengkap, roti hadir dalam berbagai ukuran, bentuk, dan rasa. Roti adalah salah satu hidangan yang paling dipuja di seluruh dunia. Ini awalnya memanifestasikan dirinya di Mesir prasejarah sebelum menyebar ke negara lain, termasuk Indonesia. Saat ini, tujuan desain kemasan bukan untuk menjaganya tetap bersih, melainkan hanya digunakan sebagai wadah makanan. Desain kemasan berfungsi sebagai daya tarik dan sumber informasi melalui komponen kreatif, warna, visual, bentuk, dan desain (Kineta: 2017).

Ada banyak jenis roti yang tersedia saat ini, biasanya dikategorikan sebagai roti putih, roti manis, dan sandwich. Banyak merek roti yang umum adalah roti Boy, roti O, Papabunz, Pappa Roti, Holland Bakery, Homemade, Breadtalk, Tous Les Jours, Francis, Sari Roti, dan Breadlife, yang banyak dijumpai di gedung apartemen atau usaha rumahan. Roti Boy adalah salah satu merek roti yang lebih terkenal di penggunaan umum. Hiro Tan memutuskan untuk membuka toko roti menggunakan model kerang memiliki kulit renyah dan rasa mentega yang khas. Roti Boy ini diberikan dengan harga yang wajar dan memiliki rasa yang unik. Pada tahun 2002, On Hiro membuka toko roti Boy pertama di Kuala Lumpur dengan sukses besar, menjual lebih dari 20.000 potong roti setiap hari pada saat itu. Hiro secara resmi memberi Indonesia hak waralaba master pada Mei 2004. Aroma kopi Meksiko yang memikat yang dapat tercium dari kejauhan dan menarik orang untuk datang ke toko roti, roti Boy terbilang terkenal. Awalnya, Hiro Tan, mantan dosen ekonomi, meluncurkan roti Boy di Bukit Mertajam, Penang, pada April 1998.

Sesuai aturan, setiap produk kemasan harus memiliki label yang berisi perincian tentang apa yang ada di dalamnya, jenis apa dan berapa banyak setiap bahan yang digunakan, kapan kadaluarsa, berapa kandungan masing-masing nutrisi dalam setiap sajian, dan lainnya. Informasi penting harus diberikan kepada pelanggan agar mereka dapat menilai kandungan gizi dan penerimaan makanan kemasan seperti kehalalan produk (Almatsier: 2011). Roti adalah salah satu hal yang disukai banyak orang. Roti buatan sendiri memiliki tekstur yang lembut dan halus. Rasa roti yang lezat dapat memikat siapa saja, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. Makanan ini sering tersedia untuk dibeli di berbagai toko, termasuk supermarket dan pasar lokal.

Selain itu, roti sering disediakan untuk *breakfast* atau sebagai makanan ringan di malam hari sebagai pengganti nasi. Sekarang roti ditawarkan dengan berbagai rasa, pengagumnya tidak akan bosan. Sektor roti menjadi lebih meresap di masyarakat saat ini. Namun, perusahaan roti tidak mampu memenuhi permintaan roti berkualitas tinggi dengan harga yang wajar di kota Batu sendiri. Pelanggan mulai beralih ke pengusaha domestik yang membuat roti berkualitas tinggi sambil membebaskan biaya yang bersaing dengan jaringan toko roti yang sudah mapan sebagai konsekuensinya. Karena potensi tersebut, bermunculan beberapa usaha rumahan yang memproduksi roti dan donat.

UMKM Jaya Bakery adalah usaha yang didirikan oleh Ibu Irma selaku pemilik dari toko Jaya Bakery. UMKM Jaya bakery mulai beroperasi pada tahun 2020, bergerak di bidang makanan (pangan). UMKM Jaya bakery berlokasi di Jl. Hasanudin No. 148 Rt.02 Rw.02 Junrejo Batu Jawa Timur. UMKM Jaya Bakery menjual beraneka macam roti diantaranya yaitu roti sobek, roti sosis, memproduksi kue ulang tahun dan produk yang paling beseler roti Boy. UMKM Jaya Bakery menerima pesanan roti untuk berbagai macam acara seperti bagi takjil, secara online maupun secara offline. Ibu Irma sebagai owner juga menerapkan penjualan dengan menitipkan produknya kepada toko-toko lain.

Dalam kehidupan sekarang ada banyak alasan mengapa orang memilih pekerjaan yang salah, dan banyak orang terus bekerja meski menjadi korban. Jika seseorang lengah dan kurang pengetahuan,



wawasan, pemahaman, dan pengalaman, maka sangat memungkinkan untuk melakukan bisnis yang tidak etis. Oleh karena itu, sangatlah penting dan bermanfaat bagi kita untuk mempelajari, berdiskusi, dan mempraktikkan Dhamma yang kita ketahui saat ini untuk lebih jauh memahaminya. Sang Buddha menekankan bahwa salah satu cara untuk terbebas dari kesengsaraan hidup adalah dengan mengikuti empat kebenaran mulia (*cattari ariya saccani*) dan menjalani kehidupan yang benar (*samma ajiva*). Penghidupan benar disarankan sebagai jalan (*magga*) yang harus dikembangkan dalam sistematika Empat Kebenaran Mulia (S. 421-422).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian triangulasi melalui instrumen penelitian, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi data menurut Sugiyono (2015:83) adalah strategi pengumpulan data yang memadukan data yang berbeda dengan sumber yang ada. Triangulasi data, menurut Wijaya (2018: 120–121), adalah metode verifikasi data dari berbagai sumber dengan menggunakan metode dan periode yang beragam. Penelitian bertujuan untuk mendukung pengembangan bisnis UMKM Jaya Bakery dengan berbagai tahapan sebagai berikut: tahap observasi yaitu observasi lokasi, produk UMKM, lokasi penelitian Jl. Hasanudin No. 148 Rt.02 Rw.02, Junrejo, Batu, Jawa Timur. Penelitian menyelesaikan tahap-tahap pembuatan dan pengemasan roti Boy pada UMKM Jaya Bakery. Dokumentasi produk UMKM Jaya Bakery merupakan langkah akhir. Penelitian ini berfokus pada pembuatan, bahan yang telah digunakan, dan pengemasan untuk pengembangan produksi roti pada UMKM Jaya Bakery.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang telah kami teliti di UMKM Jaya Bakery. Mengenai kemasan produk yang akan dipasarkan, disini pemilik UMKM Jaya Bakery memilih kemasan plastik. Dikarenakan produk yang dipasarkan rata-rata bertekstur basah jadi tidak bisa bertahan lama seperti roti boy. Oleh sebab itu pemilik menggunakan kemasan plastik dan memberi label nama yang didesain yaitu Jaya Bakery. Ibu Irma memiliki maksud menggunakan nama tersebut “Jaya adalah nama suami saya dan Bakery adalah istilah toko yang menjual berbagai kue-kue, oleh karena itulah saya beri nama Jaya Bakery”.

Permintaan pembeli menentukan kualitas yang digunakan UMKM Jaya Bakery. Toko ini menawarkan bahan dasar premium jika pelanggan menginginkan kualitas tinggi, tetapi juga menaikkan harga jualnya. Sementara kualitas komponen dasar yang diberikan kepada konsumen tetap konsisten meskipun pembeli menginginkan harga yang lebih rendah, rasa tetap terjaga meskipun ada variasi pada bahan tersebut.

Tahapan proses pembuatan roti yang ada di UMKM Jaya Bakery ini sama seperti pembuatan-pembuatan roti pada umumnya dengan bahan dasar tepung. Dalam mempermudah pembuatan roti disini pemilik juga menggunakan alat elektronik seperti mesin (*mixer*) untuk mencampurkan bahan-bahan dan juga oven untuk memanggang adonan yang sudah sesuai dengan yang diinginkan. Pembuatan roti boy ini juga memiliki kendala apabila suhu ruang yang tidak sesuai dengan ketentuan juga akan membuat cita rasa menjadi berkurang. Dengan demikian pemilik UMKM Jaya Bakery juga harus memperhatikan suhu agar tetap stabil tidak panas dan tidak terlalu lembab.

UMKM Jaya Bakery ini menjual berbagai varian roti dan kue yang berbeda-beda rasa serta bentuknya. Produk unggulan di UMKM Jaya Bakery ini adalah roti boy, namun roti boy yang dipasarkan disini memiliki variannya berbeda dengan roti boy yang ada di luaran seperti di bandara dan di mall



JURNAL NYANADASSANA: JURNAL PENELITIAN, PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN KEAGAMAAN

VOLUME 2 NOMOR 1 JUNI 2023

ISSN : 2964-3562 | DOI : <http://doi.org/10.59291/jnd.v2i1.28>

<https://journal.stabkertaajasa.ac.id/ind/>

yang rata-rata memiliki rasa kopi dan vanilla. UMKM ini memiliki varian rasa yaitu coklat yang banyak diminati oleh para konsumen.

Pembahasan

Pengemasan adalah proses sistematis menyiapkan barang melalui pengemasan yang sesuai untuk penyimpanan, penjualan, distribusi, dan konsumsi. Suatu produk dapat dilindungi dari bahaya, polutan, dan gangguan fisik (gesekan, benturan, dan getaran) dengan penggunaan wadah atau pembungkus, yang juga dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan. Selain itu, kemasan berfungsi sebagai wadah barang jadi atau hasil, sehingga lebih mudah untuk didistribusikan, diangkut, dan disimpan. Dalam hal pemasaran, wadah dan pembungkus berfungsi sebagai stimulan atau magnet konsumen. Akibatnya, pertimbangan harus diberikan pada bentuk, warna, dan ornamen kemasan selama perencanaan. Plastik adalah bahan yang paling sering digunakan dalam kemasan.

Pangan dapat dikategorikan menjadi kemasan kaca, kemasan logam, kemasan plastik, kemasan kertas, dan kemasan logam tergantung dari isinya. Jenis kemasan yang akan digunakan tergantung pada kualitas dan jenis makanan. Plastik merupakan bahan kemasan makanan yang populer di kalangan konsumen. Plastik telah menjadi bahan pilihan industri sejak ditemukan pada tahun 1968 oleh peneliti Amerika John Wesley Hyatt. Penggunaannya telah tumbuh secara substansial dari waktu ke waktu, dari beberapa ratus ton pada tahun 1930 an menjadi 220 juta ton/tahun pada tahun 2005 (Kadir: 2012). Plastik dapat ditempa, kokoh (tahan lama), dan dapat disesuaikan dengan perubahan preferensi konsumen. Mirip dengan bahan konvensional, permintaan plastik berfluktuasi tetapi umumnya tetap tinggi. Apakah itu bersentuhan langsung dengan makanan atau tidak, kemasan makanan adalah bahan apa pun yang digunakan untuk menampung atau membungkus makanan.

Pengemasan pangan dimaksudkan untuk melindungi isinya dari kontaminasi, gangguan fisik seperti rembesan gas, embun atau kelembaban, gesekan, benturan, dan getaran, gangguan kimiawi seperti oksidasi dan sinar ultraviolet, serta gangguan biologis seperti bakteri dan jamur. Dalam hal pemasaran, pengemasan menarik pelanggan. Menurut kemasan makanan Primer, sekunder, dan tersier adalah tiga kategori kemasan makanan, karena sangat dekat dengan makanan dan memungkinkan bahan kimia atau komponen lain dari wadah berpindah ke makanan. Kemasan makanan adalah jenis kemasan utama yang membutuhkan perhatian paling besar. Pengemasan makanan adalah subkategori makanan yang penting. Perubahan fisik dan kimia dapat berbahaya selama proses persiapan makanan. Setelah melalui proses ini, makanan menjadi tidak stabil karena terus berubah, agar umur simpan bahan makanan bertahan lama dapat ditingkatkan dengan tetap menjaga nilai gizinya serta menggunakan kemasan yang memadai.

Fenomena interaksi dalam kemasan dan komponen makanan merupakan kejadian yang nyata. Perpindahan atau migrasi bahan kimia dari kemasan ke makanan, khususnya kemasan plastik, adalah salah satu contohnya dan patut diperhatikan. Pengemasan yang terdiri dari karet, kertas, kaca, keramik, logam, dan bahan lainnya merupakan pilihan lain (BPOM, 2005). Ada banyak jenis kemasan yang digunakan di pasaran, terdiri dari bahan antara lain plastik, styrofoam, kayu, kaca atau glass, metal, dan kertas. Menurut Sucipto (2011), kemasan ini dapat berdampak pada bahan dalam makanan.

Dikarenakan pada UMKM Jaya Bakery kebanyakan menjual kue-kue yang tidak bisa bertahan lama seperti roti Boy, oleh karena itu harus benar-benar menggunakan kemasan yang memadai untuk melindungi produk yang dijual dari kerusakan. Untuk menarik pelanggan dengan berbagai jenis roti yang ditawarkan oleh Jaya Bakery, pemilik usaha mengemas produk mereka dalam plastik bening agar terlihat lebih menarik. Ajaran utama dalam Buddhisme menekankan suatu ajaran yang menjaga keuntungan dan kesejahteraan sosial dalam menciptakan keseimbangan. Menerapkan ini pada



JURNAL NYADASSANA: JURNAL PENELITIAN, PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN KEAGAMAAN

VOLUME 2 NOMOR 1 JUNI 2023

ISSN : 2964-3562 | DOI : <http://doi.org/10.59291/jnd.v2i1.28>

<https://journal.stabkertaajasa.ac.id/ind/>

manajemen pemasaran memerlukan keseimbangan antara keuntungan pribadi dan tanggung jawab sosial. Manajemen pemasaran mempertimbangkan bagaimana produk baru dapat berdampak pada masyarakat dan lingkungan sebelum melepaskannya ke pasar. Roti Boy dari UMKM Jaya Bakery adalah penawaran terbaik mereka.

Menurut buku Blakely dan Bradshaw (2002) *Planning Local Economic Development*, tahap awal perencanaan pembangunan ekonomi lokal berlangsung secara lokal. Usaha kecil dan keluarga dari subsektor manufaktur yang sama secara fisik berjejaring dan terkonsentrasi Bersama-sama membentuk mayoritas klaster atau kawasan industri. Marshall (1919, dalam Kuncoro (2004), mendefinisikan kawasan industri sebagai klaster produksi yang spesifik secara spesial dan berbeda dari kawasan industri tradisional, yang biasanya terletak di daerah pedesaan atau kota perusahaan. Menurut Blakely dan Bradshaw (2002), memilih strategi pembangunan ekonomi lokal memerlukan penentuan tujuan dan standar, menyelidiki kegiatan potensial, dan membuat rencana terfokus. Ini adalah tahap kedua dari perencanaan pertumbuhan ekonomi lokal.

Chandler (1962) dalam Rangkuti (2005), mendefinisikan strategi sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi yang berkaitan dengan tujuan jangka panjang, rencana tindakan tambahan, dan alokasi sumber daya. Langkah awal yang vital dalam merumuskan rencana pembangunan adalah identifikasi kemungkinan, masalah, dan keadaan internal sumber daya yang dimiliki. Selain itu, penting untuk menguraikan tujuan rencana pembangunan ekonomi secara eksplisit. Pertumbuhan suatu wilayah atau wilayah harus direncanakan sekaligus mempertimbangkan faktor internal dan mempersiapkan perubahan eksternal.

Tanggung jawab pemilik perusahaan melampaui hal-hal yang dijual termasuk pelanggan itu sendiri. Korporasi harus memiliki rencana yang akan digunakan untuk meningkatkan minat beli pelanggan karena persaingan bisnis menjadi lebih intens. Seiring meningkatnya minat pelanggan untuk membeli, lebih banyak orang akan terbuju untuk membeli barang. Hal ini tentunya akan mendongkrak volume penjualan perusahaan. Sebaliknya, jika minat konsumen untuk membeli rendah, korporasi akan mengalami kerugian karena dengan sendirinya penurunan volume penjualan akan mengakibatkan penurunan pendapatan. Oleh karena itu, untuk membujuk pelanggan agar mencoba sebelum melakukan pembelian, pelaku usaha harus memiliki keunggulan khusus dibandingkan pesaing. Produk itu sendiri berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli roti dan kue. Konsumen juga memperhatikan kualitas produk, termasuk apakah aman untuk dicerna dan kualitasnya sangat baik tanpa menggunakan bahan kimia.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas barang dan jasa yang mereka dapatkan (Lumintang & Rotinsulu: 2015). Sehubungan dengan harapan konsumen untuk persepsi kualitas produk, mereka berpendapat bahwa kualitas produk dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas total dari ide layanan harus mempertimbangkan semua komponennya selain kualitas layanan. Dasar dari pelayanan yang baik adalah kepuasan konsumen atau pengguna jasa. Edi Kusnadi (2016) menegaskan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan antara harga dan kepuasan untuk memasarkan produk atau layanannya secara efektif kepada klien, setiap perusahaan harus segera menetapkan harganya. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan uang atau pendapatan bagi perusahaan.

Produk lokal dan di UMKM yang hebat mencantumkan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu, menambah nilai sumber daya, mempekerjakan orang, membayar pajak, mendukung masyarakat, dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan investasi dan produksi. Suatu produk dianggap baik jika cukup kompetitif untuk mengungguli produk pesaing di pasar domestik dan menembus pasar luar negeri, menurut Sudarsono (2001). Unkris Satya Wacana Salatiga menegaskan



bahwa barang dianggap hebat jika memenuhi persyaratan kecukupan sumber daya lokal, keterkaitan komoditas, posisi daya saing, dan potensi daya saing.

Untuk memenuhi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya pangan pangan, pada zaman kehidupan modern tentunya tidak dapat dipisahkan dari usaha (pekerjaan). Kita harus mempertimbangkan faktor-faktor tertentu agar kerja kita sesuai dengan hukum khususnya hukum Dhamma, yang datang dalam berbagai bentuk dan rasa. Dalam hal ini, sangat terkait dengan Jalan Mulia Beruas Delapan karena *Samma ajiva*, atau "mata pencaharian benar," adalah salah satunya. Karena melakukan pekerjaan apapun yang bertentangan dengan Dhamma akan menyebabkan kesulitan dan penderitaan. Selain itu, menurut Sang Buddha, penghidupan yang tidak benar dapat terjadi jika dilakukan Mahacattarisaka Sutta, MN 117 kata "berbohong" merujuk pada melakukan pekerjaan dengan tidak jujur. Misalnya berbohong dengan cara menjelaskan kualitas suatu produk padahal tidak sesuai. Dengan mempraktekkan Dhamma persaingan sebagai panduan kita, kita berperilaku etis dan tanpa melanggar Dhamma. Untuk memenuhi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya pangan (pangan), pada masa kontemporer hidup dan kehidupan tentunya tidak dapat dipisahkan dari usaha (pekerjaan). Kita harus memeriksa faktor-faktor tertentu agar pekerjaan kita sesuai dengan hukum (khususnya hukum Dhamma), karena ada beberapa bentuk dan variasi kerja.

UMKM Jaya Bakery, langkah-langkah pembuatan roti Boy secara lugas dan konsisten dengan pembuatan roti Boy pada umumnya. Namun, jenis roti Boy yang ditawarkan di toko ini berbeda dengan yang ditawarkan di tempat lain seperti varian rasa kopi, vanilla, dan tiramisu. Pemilik toko tersebut yaitu Ibu Irma mengaku wilayah kota Batu khususnya, belum intensif dalam memproduksi roti Boy dengan rasa coklat. Toko ini menawarkan variasi yang berbeda, terutama varian rasa coklat. Selain menggunakan mesin (*mixer*) untuk membantu menggabungkan semua bahan, memanggang roti juga melibatkan penggunaan oven. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, komponen dasar yang sesuai dengan preferensi pelanggan digunakan untuk membuat roti ini.

Membuat roti ini menghadirkan sejumlah tantangan dan rintangan, salah satunya adalah suhu cuaca yang sulit diprediksi. Jika suhunya tidak ideal, produk jadi tidak akan terasa seperti yang diinginkan pelanggan. Bahkan jika persyaratan klien adalah untuk barang murah, tetap penting untuk menggunakan bahan berkualitas untuk memastikan bahwa produk jadi dapat disetujui dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Mengingat roti Boy ini memiliki umur simpan yang pendek, maka harus dibuat juga sesuai dengan langkah-langkah pembuatannya. Setelah empat hari, protein dan pati roti akan mulai keluar, yang dapat menyebabkan kelengketan atau pertumbuhan jamur. Karena Ibu Irma tidak menggunakan bahan pengawet dalam pembuatan roti ini, maka hanya boleh disimpan di suhu ruang selama 3-4 hari.

Dalam kehidupan sekarang ada banyak alasan mengapa orang memilih pekerjaan yang salah, dan banyak orang terus bekerja meski menjadi korban. Orang tua, wanita, orang dewasa, remaja, dan anak-anak menjadi korban tindakan yang tidak pantas termasuk membeli dan menjual barang atau zat yang dapat mengganggu penilaian atau menyebabkan keracunan. Sangat mungkin terlibat dalam bisnis yang tidak etis jika tidak berhati-hati dan kekurangan informasi, wawasan, pemahaman, dan pengalaman. Oleh karena itu, untuk mempelajari dan mendalami Dhamma yang telah kita ketahui, penting dan baik bagi kita untuk mempelajari, mendiskusikan, dan mempraktekannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Industri roti pada era saat ini tepatnya di Indonesia sudah berkembang sangat pesat, dari toko roti rumahan hingga toko ritel, dan waralaba internasional bersaing ketat untuk mendapatkan pelanggan. Di Indonesia, roti merupakan makanan olahan yang umum dikonsumsi. Selain menawarkan nutrisi yang



JURNAL NYANADASSANA: JURNAL PENELITIAN, PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN KEAGAMAAN

VOLUME 2 NOMOR 1 JUNI 2023

ISSN : 2964-3562 | DOI : <http://doi.org/10.59291/jnd.v2i1.28>

<https://journal.stabkertaajasa.ac.id/ind/>

lengkap, roti hadir dalam berbagai ukuran, bentuk, dan rasa. Roti adalah salah satu hidangan yang paling dipuja di seluruh dunia. Ini awalnya memanifestasikan dirinya di Mesir prasejarah sebelum menyebar ke negara lain, termasuk Indonesia. Saat ini, tujuan desain kemasan bukan untuk menjaganya tetap bersih, melainkan hanya digunakan sebagai wadah makanan. Desain kemasan berfungsi sebagai daya tarik dan sumber informasi melalui komponen kreatif, warna, visual, bentuk, dan desain (Kineta: 2017). UMKM Jaya Bakery adalah usaha yang didirikan oleh Ibu Irma selaku pemilik dari toko Jaya Bakery. UMKM Jaya bakery mulai beroperasi pada tahun 2020, bergerak di bidang makanan (pangan).

UMKM Jaya bakery berlokasi di Jl. Hasanudin No. 148 Rt.02 Rw.02 Junrejo Batu Jawa Timur. UMKM Jaya Bakery menjual beraneka macam roti diantaranya yaitu roti sobek, roti sosis, memproduksi kue ulang tahun dan produk yang paling beseler roti Boy. UMKM Jaya Bakery menerima pesanan roti untuk berbagai macam acara seperti bagi takjil, secara online maupun secara offline. Ibu Irma sebagai owner juga menerapkan penjualan dengan menitipkan produknya kepada toko-toko lain. Kemasan yang digunakan oleh UMKM Jaya Bakery adalah Labelisasi di UMKM Jaya Bakery belum mencantumkan tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, isi bersih dan daftar bahan yang digunakan. Jaya Bakery dalam menjalankan sistem pemasaran dengan memperluas jaringan Jaya Bakery yakni melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, hanya saja Jaya Bakery masih belum ada minat untuk menggunakan aplikasi online seperti Go Food karena terkendala pada pekerja yang masih kurang dan hanya melayani konsumen yang mengorder pesanan jauh hari sebelumnya. Jaya Bakery telah menggunakan label produk pada kemasan pembungkus roti, namun untuk kemasan Jaya Bakery masih menggunakan sticker label yang ditempel pada kemasan roti.

Penelitian bertujuan untuk mendukung pengembangan bisnis UMKM Jaya Bakery dengan berbagai tahapan sebagai berikut: tahap observasi yaitu observasi lokasi, produk UMKM, lokasi penelitian Jl. Hasanudin No. 148 Rt.02 Rw.02, Junrejo, Batu, Jawa Timur. Penelitian menyelesaikan tahap-tahap pembuatan dan pengemasan roti Boy pada UMKM Jaya Bakery. Dokumentasi produk UMKM Jaya Bakery merupakan langkah akhir. Penelitian ini berfokus pada pembuatan, bahan yang telah digunakan, dan pengemasan untuk pengembangan produksi roti pada UMKM Jaya Bakery. Ada sejumlah saran untuk kemasan yang dapat ditawarkan sehubungan dengan penelitian dan kesimpulan yang disajikan di atas. Berikut beberapa ide yang mungkin dapat dikemukakan, menambahkan informasi pada kemasan seperti tanggal produksi, tanggal expired, dan isi berat. Membuat kemasan tambahan dalam berbagai ukuran untuk mengakomodasi varietas roti atau nomor pesanan yang berbeda. Membuat usaha pemasaran yang berbasis online (*Ecommerce*) seperti Shopee Food, GrabFood, dan GoFood.

DAFTAR PUSTAKA

- Blakely, E. J., & Ted, K. B. (2002). *Planning Local Economic Development: Theory and Practice, second edition*. London: Sage Publications.
- Hamdun, E. K., & Romadhani, D. A. (2016). "Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Fatimah Bakery di Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 31-48.
- Kadir, A. (2012). *Dasar-Dasar Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kineta, K. J., Tanudjaja, B. B., & Salamoon, D. K. (2017). *Perancangan Desain Kemasan Roti Varian Merk Borobudur di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Kuncoro, M. (2004). *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.



**JURNAL NYANADASSANA: JURNAL PENELITIAN,
PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN KEAGAMAAN**

VOLUME 2 NOMOR 1 JUNI 2023

ISSN : 2964-3562 | DOI : <http://doi.org/10.59291/jnd.v2i1.28>

<https://journal.stabkertaajasa.ac.id/jnd/>

- Lumintang , G., & J, R. J. (2015). *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Holland Bakery Boulevard Manado*. Jurnal EMBA, 1291-1302.
- Rangkuti, F. (2005). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sigalovada Sutta*. (n.d.).
- Soetardjo, S., Soekarti, M., & Almatsier, S. (2011). *Gizi seimbang dalam daur kehidupan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sucipto, A. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis” Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Sugiyono . (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, Y. W. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Roti dan Kue Ferissa Bantul Yogyakarta. *Prodi Manajemen UPY*.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- William, Haudi, & Wijoyo, H. (2019). Manfaat Etika Dalam Berwirausaha Menurut Pandangan Buddhis . *Jurnal Ilmu Agama dan Pendidikan Agama Buddha*.