MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Roti Gembong Gedhe Cabang Tamansiswa Yogyakarta: Optimalisasi Aspek Sdm, Pemasaran, Keuangan, Dan Produksi

Dika Prawita, S.Sos., M.M.[1], Widya Astuti[2], Clarisa Nindya F[3], Windi Artika[4], Swastika Pitaloka[5]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
Email : widyastuti2223@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha mereka. Artikel ini membahas program pengabdian masyarakat terhadap UMKM Roti Gembong Gedhe Cabang Tamansiswa, Yogyakarta. Observasi ini difokuskan pada empat aspek manajemen utama: sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, dan produksi.

Metode yang digunakan dalam program ini mencakup observasi lapangan dan wawancara. Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa terdapat peluang pengembangan dalam aspek standardisasi proses produksi, pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efisien dan optimalisasi strategi pemasaran digital untuk mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM ini meliputi fluktuasi harga bahan baku, menjaga konsistensi kualitas produk, dan ketahanan produk tanpa menggunakan pengawet.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen, Optimalisasi

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the Indonesian economy, but often face various challenges in developing their businesses. This article discusses the community service program for the Roti Gembong Gedhe MSME, Tamansiswa Branch, Yogyakarta. This observation focuses on four main management aspects, namely human resources, marketing, finance, and production.

The methods used in this program include field observation and interviews. The results of interviews with MSME actors indicate that there are opportunities for development in aspects of standardization of production processes, more efficient management of human resources, and optimization of digital marketing strategies to support sustainable business growth.

However, the main challenges faced by this MSME include fluctuations in raw material prices, maintaining consistent product quality, and product durability without using preservatives.

***Keywords**: MSME, Management, Optimization*

Article History
Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism Checker No 223
DOI : Prefix DOI : 10.8734/Musytari.v1i2.365
Copyright : Author
Publish by : Musytari

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. UMKM merupakan kegiatan usaha yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, badan usaha, atau rumah tangga. UMKM tergolong sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha yang telah memenuhi syarat sebagai usaha mikro (Haholongan et al. 2024).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha dengan aset, karyawan, dan omzet yang terbatas. UMKM dapat didirikan oleh individu atau kelompok kecil dengan modal yang relatif kecil. Karena peran mereka dalam perekonomian, seperti penyerapan tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pengurangan kemiskinan, pemerintah dan lembaga internasional memperhatikan UMKM (Sari et al. 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% dari tenaga kerja. Namun, di tengah persaingan global yang semakin ketat dan disrupsi teknologi digital, UMKM Indonesia menghadapi berbagai tantangan untuk meningkatkan kinerjanya. Kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan ini menjadi faktor penting dalam memanfaatkan peluang yang tersedia untuk mereka (Yuniarti 2024).

Sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional. UMKM memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

Prinsip-prinsip manajemen digunakan dalam pengelolaan usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan bisnis. Proses pengelolaan UMKM meliputi pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, produksi, pemasaran, dan strategi bisnis secara keseluruhan.

Dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah (MUKM), observasi lapangan dipilih sebagai metode untuk memahami secara langsung dinamika dan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui kegiatan observasi, mahasiswa dapat melihat praktik bisnis secara nyata, menelaah interaksi antara pelaku usaha dan konsumennya, serta mengamati proses operasional yang berlangsung dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat pemahaman teoritis, tetapi juga memberikan pengalaman praktis yang bermanfaat untuk mengembangkan solusi berbasis realitas lapangan.

Objek observasi dalam kegiatan ini adalah UMKM Roti Gembong Gedhe, sebuah usaha kuliner yang sedang berkembang di Yogyakarta dan telah berhasil memperluas jangkauannya melalui sistem kemitraan atau waralaba. Roti Gembong Gedhe dikenal dengan produk roti gembong bertekstur lembut dan varian rasa kekinian yang digemari konsumen, khususnya kalangan muda. Meskipun usaha ini menunjukkan pertumbuhan yang positif, hasil observasi awal menunjukkan masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal standardisasi produksi, efisiensi pengelolaan SDM, strategi pemasaran digital yang lebih terukur, serta sistem pencatatan keuangan yang lebih sistematis.

Melalui observasi ini, diharapkan mahasiswa mampu mengidentifikasi kekuatan dan tantangan yang dihadapi UMKM, serta merumuskan rekomendasi yang relevan untuk mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan memperluas wawasan mahasiswa terhadap praktik manajemen UMKM yang efektif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

LANDASAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, namun seringkali menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan bisnisnya.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Landasan teori berikut ini akan membahas konsep-konsep kunci yang relevan dengan manajemen UMKM, tantangan yang dihadapi, serta strategi untuk mengatasi tantangan tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Roti Gembong Gedhe. Mitra dari kegiatan ini adalah Roti Gembong Gedhe, dengan tujuan untuk meningkatkan pemasaran produk yang saat ini masih bergantung pada penjualan langsung di outlet dan media sosial.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi, di mana survei dilakukan melalui wawancara langsung untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran dan produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil UMKM Roti Gembong Gedhe

Roti Gembong Gedhe merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, khususnya roti klasik khas bernama roti gembong. Produk ini dikenal karena teksturnya yang lembut, ukuran yang besar, dan cita rasa legit yang membangkitkan nostalgia. Didirikan pada tahun 2019 di Yogyakarta oleh sekelompok wirausahawan muda, UMKM ini lahir dari peluang tren kuliner yang mengangkat kembali makanan khas tempo dulu dengan sentuhan rasa kekinian.

Melalui inovasi varian rasa seperti tiramisu, choco lava, red velvet, serta topping modern lainnya, Roti Gembong Gedhe sukses menarik perhatian konsumen muda, khususnya kalangan milenial. Nama "Gedhe", yang berarti "besar" dalam Bahasa Jawa, mencerminkan ukuran roti sekaligus menjadi harapan agar bisnis ini berkembang besar di masa depan.

Dengan kemasan menarik, strategi promosi aktif di media sosial, serta sistem kemitraan waralaba, UMKM ini mengalami pertumbuhan yang pesat dan kini telah memiliki banyak mitra usaha di berbagai daerah Indonesia.

4.1.1 Manajemen SDM

Dalam manajemen sumber daya manusia (SDM), Roti Gembong Gedhe menetapkan jumlah, kompetensi, dan penempatan tenaga kerja secara efektif berdasarkan job description, job specification, proses rekrutmen, serta evaluasi karyawan.

Posisi baking atau produksi roti memiliki tugas seperti menyiapkan bahan, membuat adonan, memanggang, menjaga kebersihan, memastikan kualitas produk, dan melaporkan ketersediaan bahan. Persyaratan pekerjaan mencakup pendidikan minimal SMA/SMK, pemahaman teknik dasar pembuatan roti, kemampuan mengikuti resep, dan karakter jujur, bertanggung jawab, serta semangat kerja tim. Untuk posisi kasir, tugasnya melayani pelanggan, melakukan transaksi, mencatat penjualan, dan menjaga kebersihan area kasir, dengan persyaratan pendidikan minimal SMA/SMK, mahir mengoperasikan mesin kasir dan menghitung uang, serta karakter ramah dan cekatan.

Rekrutmen dilakukan secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan, pengumuman lowongan, seleksi administrasi, wawancara atau tes, hingga penempatan sesuai kemampuan dan kebutuhan outlet.

Beberapa masalah yang kerap muncul antara lain yaitu adonan tidak mengembang dengan sempurna dan proses proofing yang kurang tepat sehingga memengaruhi kualitas roti.

4.1.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran Roti Gembong Gedhe meliputi berbagai aspek penting untuk mendukung keberhasilan bisnis. Produk yang ditawarkan berupa roti siap makan dalam kemasan praktis, dibuat secara fresh by order tanpa memakai bahan pengawet, dengan tekstur empuk dan isian yang melimpah. Varian rasa yang disediakan terdiri dari pilihan manis seperti coklat,

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

keju, greentea, serta rasa gurih seperti smoked beef dan abon. Produk dikemas secara bersih dan cocok untuk take-away maupun layanan antar.

Penjualan dilakukan baik secara langsung di outlet fisik maupun melalui pemesanan online lewat platform seperti ShopeeFood, GoFood, dan GrabFood dengan dukungan respons admin yang cepat. Dalam melakukan riset pemasaran, UMKM ini melakukan analisis pesaing lokal, memantau tren kuliner viral di media sosial, melakukan uji coba produk baru melalui sampling, serta mengevaluasi data penjualan untuk memahami pola dan preferensi konsumen.

Distribusi produk dilakukan lewat outlet fisik serta layanan pengantaran menggunakan aplikasi makanan online. Promosi usaha dijalankan secara aktif melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, serta program bundling dan diskon menarik.

Penentuan harga memperhitungkan biaya produksi, segmen pasar terutama pelajar dan mahasiswa dengan kisaran harga Rp 10.000–Rp 25.000. Pengelolaan feedback pelanggan dilakukan dengan menyediakan media pengaduan online dan respon cepat dari admin.

Beberapa kendala yang sering dihadapi adalah roti cepat basi karena tidak menggunakan pengawet, keterlambatan pengiriman pada jam sibuk, kehabisan stok saat permintaan tinggi, serta persaingan harga yang ketat dengan merek lain.

4.1.3 Manajemen Keuangan

Perencanaan keuangan dalam UMKM ini dilakukan secara sistematis agar usaha tetap sehat dan berkembang. Langkah pertama adalah menentukan tujuan keuangan, baik jangka pendek maupun panjang, seperti memperluas usaha, membeli peralatan baru, atau meningkatkan laba. Selanjutnya, dibuat anggaran yang merinci semua pendapatan dan pengeluaran bulanan guna mengontrol arus kas dan mencegah pengeluaran tidak perlu.

Struktur permodalan ditentukan dengan mengidentifikasi sumber dana, apakah dari modal sendiri, pinjaman, investor, atau gabungan, sehingga sesuai dengan risiko dan kebutuhan usaha. Bila usaha dijalankan bersama mitra atau investor, mekanisme bagi hasil dirancang secara adil dan tertulis dalam perjanjian.

4.1.4 Manajemen Produksi

Perencanaan produksi bahan sangat penting untuk menjamin efisiensi dan ketepatan waktu produksi, serta mencegah kelebihan atau kekurangan stok. Prosesnya melibatkan penentuan jenis dan jumlah produk, analisis kebutuhan bahan baku, perencanaan pengadaan bahan baku, penyesuaian kapasitas produksi, penyusunan jadwal produksi, pengendalian persediaan, serta evaluasi dan penyesuaian rencana produksi secara berkala.

KESIMPULAN

Observasi ini menunjukkan bahwa UMKM Roti Gembong Gedhe Cabang Tamansiswa memiliki potensi pertumbuhan yang baik dengan fondasi usaha yang sudah tertata, termasuk produk yang inovatif, sistem kemitraan yang berkembang, dan pemanfaatan media sosial yang aktif. Observasi terhadap empat aspek utama yaitu manajemen sumber daya manusia, pemasaran, produksi, dan keuangan mengindikasikan bahwa upaya penguatan di beberapa area dapat semakin memperkuat daya saing usaha ini.

Berdasarkan hasil observasi, beberapa rekomendasi strategis yang dapat dipertimbangkan adalah:

- Penyusunan dan penerapan SOP produksi yang lebih terstruktur, serta pelatihan teknis berkala yang mendukung peningkatan kualitas produk secara konsisten.
- Penguatan strategi pemasaran digital, terutama dengan memanfaatkan konten kreatif dan analitik media sosial untuk memperluas jangkauan konsumen, sejalan dengan tren konsumen muda yang menjadi target utama.
- Pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan sederhana untuk mendukung efisiensi operasional, transparansi, dan kemudahan dalam analisis kinerja usaha.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 18 No 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

- Eksplorasi teknologi pengemasan yang relevan untuk menjaga kualitas dan kesegaran produk, dengan tetap mempertahankan prinsip tanpa bahan pengawet.

Kegiatan ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi mitra dalam bentuk masukan yang aplikatif, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran berharga bagi mahasiswa dalam memahami dinamika nyata pengelolaan UMKM. Dengan pendekatan kolaboratif yang saling menghargai, diharapkan sinergi antara akademisi dan pelaku usaha dapat terus berlanjut dalam mendorong pertumbuhan UMKM lokal yang adaptif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Haholongan, Rutinaias et al. 2024. "PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK UMKM KULINER DALAM PLATFORM E-." 7:65–69. doi: 10.37600/ekbi.v7i1.1273.

Sari, Indah Permata et al. 2023. "Analisa Kebijakan Publik Terhadap UMKM." 8(2).

Yuniarti, Nur Atika. 2024. "JPRO Vol. 5 No. 2 Tahun 2024 E-ISSN: 27755967." 5(2):278–87.