

ANALISIS PERKEMBANGAN DAN PENGEMBANGAN ROTI BAKAR SANTRI (RBS) CURAH JERU TENGAH

Rafiyann Nurus Solihin

rafiyannurus@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo

Febri Ariyantiningsih

febriariyanti@unars.ac.id

Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo

Mohammad Ubaydillah

ubayloverz17@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo

Moh Heri Irwansyah

heryirwanto899@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo

Bintang Arya Wirahman

bintangaryawirahman@gmail.com

Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo

ABSTRACT

Roti Bakar Santri (RBS) is a micro-enterprise operating in the culinary sector and is located in Curah Jeru Tengah Village. This study aims to determine the development of the Roti Bakar Santri business and the factors influencing its sustainability and development. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach, through data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. The results show that Roti Bakar Santri has experienced quite significant growth since its establishment in 2007, marked by an increase in production volume, the addition of sales carts, and the expansion of offline and online marketing. A structured production strategy, quality raw materials, innovative flavor variants, and affordable prices are the main supporting factors in the development of this business. The inhibiting factors faced include obstacles in online order distribution and the risk of product unsold. However, these obstacles can be overcome through a flexible sales system and good business management. Thus, Roti Bakar Santri can be said to be a local business with great potential to continue to grow and contribute to the economy of the surrounding community.

Keywords: Micro-enterprise, Toast, Business development, UMKM

I. PENDAHULUAN

Menurut Wikipedia, defnisi roti bakar adalah makanan berbahan dasar roti tawar yang dipanggang hingga kecokelatan, kemudian diberi berbagai isian atau *topping* seperti mentega, meses, cokelat, keju, selai kacang, hingga sarikaya. Hidangan ini dikenal luas di Indonesia sebagai alternatif sarapan cepat sekaligus makanan jalanan yang mudah dijumpai di berbagai daerah. Aroma khas roti yang dipanggang dan tekstur renyah di luar namun lembut di dalam menjadikannya favorit lintas generasi.

Sejarah roti bakar di Indonesia tidak terlepas dari pengaruh kolonial Belanda. Bangsa Eropa memperkenalkan roti ke Nusantara sejak abad ke-16, dan kemudian roti bakar mulai populer pada masa kolonial sebagai adaptasi dari kebiasaan makan roti masyarakat Belanda. Seiring waktu, roti bakar bertransformasi menjadi kuliner lokal dengan sentuhan khas Indonesia, seperti penggunaan *topping* cokelat meses atau keju yang melimpah.

Dalam perkembangannya, roti bakar tidak hanya dipandang sebagai makanan sederhana, tetapi juga sebagai bagian dari budaya kuliner. Banyak warung kopi, kafe, hingga pedagang kaki lima menjadikan roti bakar sebagai menu utama. Variasi penyajiannya pun semakin beragam, mulai dari roti bakar klasik dengan mentega dan gula, hingga versi modern dengan *topping* premium seperti Nutella, Oreo, atau daging asap. Hal ini menunjukkan bahwa roti bakar mampu beradaptasi dengan selera konsumen dan tetap relevan di tengah perubahan zaman.

Dengan perkembangan zaman dan teknologi maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli makanan, Karena pada masa kini banyak makanan yang dibuat dengan menggunakan bahan kimia yang berbahaya. Sebagian masyarakat kelas bawah, memilih makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, 2 hal ini yang menjadi prioritas utama mereka dalam memilih makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan yang terdapat dalam makanan tersebut. Untuk itulah kami bermaksud untuk membuat laporan penelitian roti bakar, yang di mana makanan tersebut memiliki rasa yang enak dengan harga yang cukup murah dan aman untuk dikonsumsi karena tidak menggunakan bahan kimia yang berbahaya. Roti bakar memiliki kandungan gizi yang cukup, dan sebagian masyarakat sangat menyukai roti bakar karna rasanya yang enak, gurih, dan nikmat. Roti bakar ini memiliki beranekaragam rasa sehingga konsumen dapat memilih rasa sesuai dengan kesukaan mereka. Selain itu, roti bakar ini dapat di

nikmati oleh semua umur. Jadi, siapapun bisa mengkonsumsi roti bakar ini baik orang yang sudah tua maupun muda, roti bakar ini dapat dinikmati dalam kondisi apapun.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Roti

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi roti adalah makanan yang terbuat dari tepung terigu, dan banyak macamnya. Begitu juga sebelumnya dikutip dari SNI 1995, roti berarti bahan pangan berbahan baku tepung terigu dengan pencampuran bahan lain sehingga membentuk adonan, kemudian difermentasi dengan ragi roti dan dipanggang dalam oven. Selain itu, roti dapat ditambahkan bahan makanan atau bahan tambahan lain yang diizinkan untuk menambah daya tarik maupun meningkatkan rasa roti. Maka definisi roti dapat diartikan sebagai makanan yang dibuat dari adonan tepung melalui proses pencampuran dengan bahan lain seperti gula, susu, lemak, garam, dan air yang difermentasi dengan ragi roti kemudian dipanggang, serta dapat ditambahkan bahan lain seperti selai, sokade, filling, dan lain sebagainya untuk menambah cita rasa.

Roti didefinisikan sebagai makanan yang dibuat dari tepung terigu yang diragikan dengan ragi roti dan dipanggang, yang dapat ditambahkan ke dalam adonan yaitu garam, gula, susu, lemak, dan bahan-bahan pelezat seperti cokelat, keju, kismis, dan sukade. Di pasaran umumnya di jual dalam bentuk roti tawar dan roti manis (Koswara, 2009).

Roti tawar merupakan produk olahan pangan terfermentasi yang

terbuat dari tepung terigu (Sitepu, 2019). Roti tawar kini sudah menjadi alternatif makanan pengganti nasi sehingga cukup populer dikalangan masyarakat. Kandungan gizi roti tawar lebih unggul dibandingkan dengan nasi dan mi, 100 g roti tawar memberikan energi 248 (kkal), dengan komposisi karbohidrat 50 g, protein 8 g, kalsium 10 mg, fosfor 95 mg dan besi 1,5 mg. (Astawan, 2004). Roti tawar biasa digunakan sebagai pengganti karbohidrat. Roti tawar sangat cocok untuk dijadikan roti bakar. Roti bakar banyak digemari masyarakat karena bisa menentukan pilihan rasa sendiri, bisa dikonsumsi berbagai golongan usia, dan dikenal oleh masyarakat luas.

Jenis-Jenis Roti Tawar

Pemilihan roti tawar untuk bisnis roti bakar penting agar menghasilkan produk yang sensasional dan berbeda dengan produk-produk yang ada. Roti tawar yang digunakan harus memiliki tekstur, rasa, dan daya tahan yang sesuai agar menghasilkan roti bakar dengan cita rasa yang optimal. Sehingga peluang bisnis roti bakar menjadi semakin besar.

Menurut (Winarno, 2004), kualitas roti tawar dipengaruhi oleh bahan dasar tepung terigu, kadar air, serta proses fermentasi yang digunakan dalam pembuatannya. Roti tawar yang baik untuk diolah kembali, seperti roti bakar, adalah roti yang memiliki tekstur lembut di bagian dalam namun cukup padat sehingga tidak mudah hancur saat dipanggang. Selain itu, roti tawar harus mampu mempertahankan bentuk dan tekturnya ketika diberi berbagai *topping*. Pemilihan roti

tawar juga perlu memperhatikan tingkat kesegaran produk. Roti tawar yang masih segar akan menghasilkan roti bakar dengan aroma yang lebih baik dan tekstur yang renyah di bagian luar namun tetap lembut di bagian dalam. Menurut (Koswara, 2009), roti yang terlalu lama disimpan cenderung mengalami perubahan tekstur dan rasa sehingga dapat menurunkan kualitas produk olahan.

Selain aspek fisik, rasa dasar roti tawar juga perlu diperhatikan. Roti tawar dengan rasa netral lebih disukai karena mudah dikombinasikan dengan berbagai varian *topping*, baik manis maupun gurih. Menurut (Fandy Tjiptono, 2019), kesesuaian bahan baku dengan karakter produk akhir akan meningkatkan nilai jual dan kepuasan konsumen. Umumnya di negara kita ada 3 jenis roti tawar yang digunakan sebagai bahan baku roti bakar:

- 1) *American Toast*, yaitu roti tawar bergaya Amerika yang terkenal dengan potongan tebal dan tekturnya yang lembut serta berongga. Ketika dipanggang, bagian luar roti akan menjadi renyah sementara bagian dalam tetap *fluffy*, sehingga memberikan sensasi kontras yang menyenangkan. Karena ketebalannya, roti ini mampu menahan *topping* berat seperti keju *mozzarella*, *smoked beef*, atau selai kacang tanpa mudah hancur. *American Toast* biasanya dipilih untuk roti bakar modern yang tampilannya lebih elegan dan mengenyangkan.
- 2) *Leaf's Toast*, yaitu varian roti tawar yang lebih tipis dan ringan dibandingkan *American*

Toast. Nama “leafs” merujuk pada penggunaan bahan tambahan alami, seperti bubuk daun atau ekstrak herbal, yang memberikan aroma khas dan rasa sedikit berbeda dari roti tawar biasa. Teksturnya cenderung lebih padat, sehingga cocok dipadukan dengan *topping* ringan seperti selai buah, madu, atau krim. Roti ini sering digunakan untuk menghadirkan nuansa sehat dan unik dalam sajian roti bakar, terutama bagi konsumen yang mencari alternatif lebih ringan dan bernutrisi.

- 3) Bandung *Toast*, yaitu roti tawar khas Indonesia yang menjadi ikon kuliner malam di kota Bandung. Roti ini terkenal dengan potongan yang tebal dan besar, serta cara pemanggangan tradisional menggunakan arang yang menghasilkan aroma *smokey* khas. Teksturnya empuk di dalam namun renyah di luar, menjadikannya sangat cocok untuk disajikan dengan *topping* melimpah seperti cokelat, keju, kornet, atau sosis. Bandung *Toast* bukan sekadar roti bakar, melainkan sebuah pengalaman kuliner yang identik dengan suasana santai dan hangat di malam hari. Mayoritas pedagang roti bakar di Indonesia menggunakan roti bakar bandung sebagai bahan baku pembuatan roti bakar, karena roti bakar bandung memiliki ciri khas tersendiri jika dijadikan roti bakar. Jika kamu pernah membeli roti bakar bandung mungkin kamu menyadari bahwa roti tawar

yang dipakai berbeda dari roti tawar pada umumnya. Roti tawar bandung memiliki bentuk persegi panjang dengan lekukan yang unik. Tampilan berbeda inilah yang membuat roti tawar bandung sangat khas.

Perkembangan Usaha

Menurut (Bhinadi, 2002), pengembangan usaha adalah proses menyeluruh dan aktif antara fasilitator dengan masyarakat yang diberdayakan. Proses ini mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, pemberian kemudahan, serta peluang untuk mengakses sumber daya unggul. (Sumpeno, 1997), mendefinisikan pengembangan usaha sebagai upaya penyempurnaan suatu tatanan agar dapat berkembang secara mandiri. Artinya, usaha tidak hanya tumbuh karena dorongan eksternal, tetapi mampu berdiri sendiri dengan sistem yang lebih baik dan berkelanjutan.

Menurut (Suryana, 2015), perkembangan usaha adalah hasil dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara efektif dan efisien guna mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Usaha yang berkembang umumnya mampu menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis dan kebutuhan konsumen.

Secara umum, pengembangan usaha dipahami sebagai peran dan cara sistematis untuk mempersiapkan kemungkinan pertumbuhan yang potensial. Hal ini mencakup bantuan, pengawasan, serta penerapan peluang usaha, meskipun tidak selalu menyentuh keputusan strategis secara langsung. Fokusnya adalah menciptakan kondisi agar usaha bisa

tumbuh dan berkembang. Dalam perspektif strategi bisnis, pengembangan usaha adalah proses merancang bisnis agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Implementasinya melibatkan pemahaman segmentasi pasar, inovasi produk, pemasaran efektif, manajemen sumber daya manusia, serta komitmen jangka panjang. Dengan kata lain, perkembangan usaha bukan sekadar bertambah besar, tetapi juga beradaptasi dengan dinamika pasar.

Dalam konteks UMKM, perkembangan usaha tidak selalu diukur dari besarnya skala usaha, tetapi juga dari keberlanjutan dan stabilitas usaha tersebut. Menurut (Kuncoro, 2010), UMKM yang berkembang adalah usaha yang mampu mempertahankan kualitas produk, menjaga hubungan dengan konsumen, serta memiliki kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar.

Sistem Produksi dan Mekanisme Penjualan

(Yudha, 2008), menjelaskan bahwa sistem produksi adalah gabungan dari beberapa unit atau elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan utama sistem produksi adalah menghasilkan barang atau jasa sesuai standar kualitas yang diinginkan. Dengan kata lain, sistem produksi merupakan sebuah mekanisme terintegrasi yang mengatur aliran *input* hingga menjadi *output*.

Dalam konteks ekonomi, sistem produksi dipahami sebagai aktivitas manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan

oleh konsumen. Produksi tidak hanya sebatas menghasilkan barang, tetapi juga mencakup kegiatan yang menambah kegunaan atau nilai suatu barang. Dengan demikian, sistem produksi adalah cara sistematis untuk mengubah sumber daya menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Pada UMKM, sistem produksi umumnya bersifat sederhana namun adaptif. Menurut (Suryana, 2015), sistem produksi UMKM lebih menekankan pada efisiensi tenaga kerja, penggunaan peralatan sederhana, serta pengendalian kualitas secara langsung oleh pemilik usaha.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2016), mekanisme penjualan adalah proses pertukaran nilai antara penjual dan pembeli yang melibatkan komunikasi, negosiasi, serta kesepakatan harga. Mekanisme ini tidak hanya sekadar transaksi, tetapi juga mencakup bagaimana penjual memahami kebutuhan konsumen, menawarkan produk yang sesuai, dan memastikan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, penjualan dipandang sebagai sistem komunikasi dua arah yang menghasilkan kesepakatan.

Secara umum mekanisme penjualan merupakan keseluruhan proses, prosedur, dan aturan yang digunakan oleh suatu usaha untuk memasarkan dan menjual produk kepada konsumen. Mekanisme ini mencakup tahapan dari penerimaan pesanan hingga penyampaian produk dan pembayaran. Dengan adanya mekanisme yang baik, proses penjualan menjadi lebih efektif, efisien, serta dapat meminimalkan kesalahan dalam pelayanan kepada konsumen. Dalam konteks UMKM, mekanisme penjualan sering kali

bersifat sederhana namun fleksibel. Usaha mikro cenderung menggunakan metode penjualan langsung dan pengantaran berdasarkan permintaan pelanggan. Menurut penelitian oleh (Suryana, 2015), UMKM yang menerapkan mekanisme penjualan yang adaptif terhadap kebutuhan pasar, seperti layanan pesanan melalui media sosial, memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Inovasi Produk

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2016), mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks inovasi, produk harus terus diperbarui atau dikembangkan agar mampu memberikan kepuasan lebih besar. Inovasi produk di sini berarti menambahkan fitur, kualitas, atau desain baru yang meningkatkan nilai guna.

(Hubeis, 2012), menyatakan bahwa inovasi produk diperlukan agar perusahaan tetap bertahan dan kompetitif. Tanpa inovasi, produk akan kehilangan daya tarik karena siklus hidup produk memiliki batasan tertentu. Inovasi menjadi strategi penting untuk memperpanjang siklus hidup produk dan menjaga relevansi di pasar.

Secara umum, inovasi produk dapat dipahami sebagai suatu proses kreatif dan strategis yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan produk baru atau memperbarui produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen dan kondisi pasar. Inovasi produk memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan usaha.

Produk yang inovatif cenderung lebih diminati konsumen dan memiliki daya saing yang lebih tinggi. Inovasi produk dapat meningkatkan volume penjualan, memperluas pasar, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan (Tambunan, 2012).

Faktor Pendorong Perkembangan Usaha

Menurut (Suryana, 2015), perkembangan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki serta merespons peluang dan tantangan lingkungan usaha.

(Bhinadi, 2002), menekankan bahwa faktor pendorong utama perkembangan usaha adalah adanya pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta akses terhadap sumber daya unggul. Ketika masyarakat memiliki kapasitas yang lebih baik, usaha akan ter dorong untuk tumbuh karena ada tenaga kerja yang kompeten, pasar yang lebih siap, dan dukungan lingkungan usaha yang kondusif. Pendorong perkembangan usaha adalah penyempurnaan tatanan usaha sehingga mampu berkembang secara mandiri. Faktor pendorong di sini mencakup adanya sistem manajemen yang baik, struktur organisasi yang jelas, serta kemampuan usaha untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan (Sumpeno, 1997).

Secara umum, perkembangan usaha didorong oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang saling melengkapi. Modal yang memadai menjadi fondasi utama, karena tanpa dukungan finansial usaha sulit melakukan ekspansi maupun inovasi.

Selain itu, kemampuan berinovasi dalam produk dan teknologi memberikan nilai tambah yang membedakan usaha dari pesaing. Pasar yang berkembang dengan permintaan tinggi juga menjadi motor penggerak, karena semakin besar peluang penjualan maka semakin besar pula kesempatan usaha untuk tumbuh. Faktor lain yang tak kalah penting adalah kualitas sumber daya manusia, di mana tenaga kerja yang terampil dan manajemen yang profesional mampu meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dukungan kebijakan pemerintah, seperti regulasi yang mendukung, insentif, dan perlindungan terhadap usaha kecil, turut memperkuat ekosistem usaha sehingga lebih mudah berkembang. Usaha yang mampu memanfaatkan peluang pasar, meningkatkan kualitas produk, serta membangun hubungan baik dengan konsumen akan memiliki daya saing yang kuat (Kotler dan Armstrong, 2016).

Faktor Penghambat Perkembangan Usaha

(Bhinadi, 2002), melihat bahwa penghambat utama adalah keterbatasan akses masyarakat terhadap sumber daya unggul. Misalnya, kurangnya modal, minimnya keterampilan, serta terbatasnya jaringan pemasaran. Hal ini membuat usaha sulit berkembang meskipun ada potensi. (Sumpeno, 1997), menekankan bahwa penghambat perkembangan usaha adalah ketidakmampuan usaha untuk mandiri. Jika usaha terlalu bergantung pada bantuan eksternal tanpa memperkuat sistem internal, maka usaha akan stagnan dan tidak berkelanjutan. Keterbatasan sumber

daya dan kondisi lingkungan usaha yang kurang mendukung menjadi faktor utama yang sering menghambat perkembangan usaha (Tambunan, 2012).

Di sisi lain, perkembangan usaha seringkali terhambat oleh keterbatasan sumber daya. Modal yang minim dan sulitnya akses kredit menjadi kendala klasik yang dialami banyak pelaku usaha, terutama UMKM. Kurangnya inovasi dan adaptasi terhadap teknologi membuat usaha tertinggal dibandingkan pesaing yang lebih modern. Manajemen yang lemah, khususnya dalam pengelolaan keuangan dan operasional, juga menjadi penghambat serius karena dapat menimbulkan ketidakefisienan dan kerugian. Persaingan pasar yang semakin ketat menuntut strategi diferensiasi, namun banyak usaha gagal menemukan keunikan yang bisa menarik konsumen. Selain itu, regulasi yang rumit dan birokrasi berbelit seringkali memperlambat proses perizinan maupun ekspansi usaha. Faktor terakhir adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia, yang menyebabkan produktivitas tidak optimal dan sulit bersaing di pasar yang dinamis.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi pengembangan Roti Bakar Santri (RBS) dalam meningkatkan daya saing produk lokal berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik atau

komputer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dalam kegiatannya peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya. Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).

Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

(Nugroho, 2020), Strauss dan Corbin dalam buku V. Wiratna Sujarweni, mendeskripsikan pengertian penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Oleh karena itu, data yang dikumpulkan adalah data yang berupa kata atau kalimat maupun gambar (bukan angka-angka). Kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis mendalam. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar

fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Kualitatif juga ditafsirkan sebagai penelitian yang mengarah pada pengkajian pada latar alamiah dari berbagai peristiwa sosial yang terjadi. Selain itu, kualitatif didefinisikan sebagai jalan untuk menemukan serta menggambarkan suatu peristiwa secara naratif (Winarmi, 2021).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Roti Bakar Santri dari Awal Berdiri

Roti Bakar Santri mulai berdiri pada tahun 2007. Pada awal berdirinya nama usahanya bukan Roti Bakar Santri melainkan Roti Bakar Situbondo, tapi karena nama "Situbondo" itu terlalu luas maka oleh pemilik diganti dengan kata "Santri". Nama santri ini tidak mengubah makna dari kata Situbondo karena simbolik Kota Situbondo adalah Kota Santri. Pada awal perintisan usaha roti bakar pemilik hanya menjual roti bakar saja. Namun pada tahun 2013 pemilik memutuskan untuk membuat roti tawar sendiri. Pada awalnya pemilik ingin melangsungkan kerja sama dalam pembuatan roti dengan salah satu toko roti di Banyuwangi yaitu Yumna Bakery, tetapi toko Yumna Bakery malah memberikan pelatihan kepada pemilik selama satu pekan tentang cara membuat roti tawar bandung, dan toko Yumna Bakery juga memberikan sebagian alat untuk membuat roti tawar bandung, namun ada sebagian juga peralatan yang dibeli sendiri oleh pemilik Roti Bakar Santri.

Perkembangan roti bakar santri dari awal berdiri sampai sekarang semakin pesat tapi ada juga kendala-kendala yang menghambat

perkembangan roti bakar santri tersebut, tetapi pemilik bisa mengatasi kendala-kendala tersebut dengan baik dan masih bertahan sampai sekarang. Pada tahun 2019-2021 saat terjadinya wabah virus covid-19, usaha Roti Bakar Santri mengalami pemerrosotan dalam produksi roti tawar dan penjualan roti bakar, yang awalnya mereka memproduksi 3 sak tepung terigu per hari, berubah menjadi 2 sak per hari, dan pendapatan yang diperoleh juga menurun. Dulu Roti Bakar Santri hanya memiliki satu gerobak saja, tetapi saat ini Roti Bakar Santri memiliki 8 gerobak dorong dan 10 gerobak motor, dan juga memiliki 5 karyawan yang membantunya dalam membuat roti yang telah ahli dalam pembuatan roti, sehingga beliau tidak perlu turun tangan lagi dalam pembuatan roti tawar bandung. Roti Bakar Santri ini melayani pelanggan secara *offline* dan *online*. Pastinya roti bakar ini sangat digemari oleh banyak orang di dalam kota maupun di luar kota. Dengan perkembangan yang pesat tersebut pak Irfan selaku pemilik Roti Bakar Santri ingin memperbesar lagi usahanya, dan mendirikan *café* RBS.

Sistem Produksi dan Mekanisme Penjualan

Hasil dari penelitian menunjukkan Roti Bakar Santri setiap hari memproduksi 3 sak tepung gandum untuk dijadikan roti tawar bandung, di mana dari 3 sak tepung gandum ini menghasilkan 300 roti tawar bandung. Roti tawarnya saja dijual dengan harga Rp5.000, dan untuk satu porsi roti bakar mereka menjual dengan harga yang bervariasi menyesuaikan *topping* yang dipilih. RBS di sini juga memberikan modal

kepada orang yang ingin menjual roti bakar tetapi masih belum mempunyai modal. Pemilik menghitung pendapatan setiap hari, tetapi tidak menghitung hasil yang didapatkan dari penjualan selama satu tahun.

Inovasi Produk

Hasil dari penelitian, Roti Bakar Santri ini juga memiliki banyak varian rasa yang bisa dinikmati oleh masyarakat seperti cokelat, tiramisu, blueberry, durian, choco crunch - tiramisu, tiramisu - cappuccino, greentea - choco crunch, coklat - keju-kacang istimewa, dan keju-coklat spesial. Dari hal tersebut, menurut penuturan beliau Roti Bakar Santri ini banyak digemari oleh semua orang, dari anak-anak, remaja sampai orang tua.

Harga Roti Bakar Santri ini juga terjangkau, dan pastinya roti bakar ini memiliki tekstur yang lembut, dan juga gurih, tak lupa pula dengan penambahan *topping* yang membuat roti bakar ini semakin enak dan nikmat untuk dimakan. Perkembangan roti dari tahun ke tahun semakin meningkat dan roti yang dihasilkan juga berkualitas. Roti Bakar Santri ini sangat cocok dijadikan makanan pengganti nasi dan juga cemilan saat bersantai.

Faktor Pendorong Perkembangan Roti Bakar Santri (RBS)

Menurut penuturan pak Irfan selaku pemilik Roti bakar Santri, perkembangan Roti Bakar Santri dari tahun ketahun sangat baik dan berkembang pesat. Menurut para pekerja, penjualan Roti Bakar Santri tiap harinya semakin meningkat dan pembeli bukan hanya dari daerah Curah Jeru saja tapi sampai ke daerah

Kapongan, Panji, dan daerah lainnya di Situbondo.

Hal ini didorong dengan Roti Bakar Santri yang sekarang memiliki banyak varian rasa yang bisa di nikmati oleh semua usia, oleh karena itu roti bakar ini banyak di gemari oleh masyarakat, serta teksturnya yang lembut dan rasanya yang gurih, juga penambahan *topping* yang pas dan kebersihan tempat, bisa membuat orang lain tertarik untuk membeli roti bakar santri, juga bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan roti tawar bandung adalah bahan-bahan yang berkualitas dan pastinya sehat.

Faktor Penghambat Perkembangan Roti Bakar Santri (RBS)

Faktor yang menghambat perkembangan Roti Bakar Santri ini yaitu banyaknya pelanggan yang memesan roti bakar secara *online*, sehingga terkendala di pengiriman, tapi hal itu bisa di atasi dengan cepat, dengan adanya ojol, grab, dan ojek-ojek lainnya. Kadang-kadang sampai ada roti yang masih banyak yang belum terjual, solusinya adalah dengan dijadikan roti kering agar tidak terbuang, dan masih bisa dikonsumsi kembali.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perkembangan dan pengembangan usaha Roti Bakar Santri (RBS) di Desa Curah Jeru Tengah, dapat disimpulkan bahwa Roti Bakar Santri merupakan usaha lokal yang mampu bertahan dan berkembang sejak berdiri pada tahun 2007 hingga saat ini. Perkembangan tersebut terlihat dari peningkatan kapasitas produksi, bertambahnya jumlah gerobak

penjualan, serta perluasan jangkauan pemasaran baik secara offline maupun *online*.

Sistem produksi yang diterapkan Roti Bakar Santri telah berjalan cukup baik dan terstruktur, dengan penggunaan bahan baku berkualitas serta proses produksi yang konsisten sehingga menghasilkan roti dengan tekstur lembut dan rasa yang khas. Selain itu, mekanisme penjualan yang fleksibel, termasuk pemberian modal kepada mitra penjual, turut mendukung pertumbuhan usaha. Inovasi produk menjadi salah satu faktor utama yang mendorong daya saing Roti Bakar Santri, ditandai dengan banyaknya varian rasa yang diminati oleh berbagai kalangan usia serta harga yang terjangkau.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Roti Bakar Santri (RBS) disarankan untuk terus meningkatkan pengelolaan usaha secara lebih terstruktur, khususnya dalam aspek manajemen keuangan dan perencanaan jangka panjang. Pencatatan keuangan yang lebih sistematis akan membantu pemilik usaha dalam mengevaluasi kinerja usaha serta menentukan strategi pengembangan yang lebih tepat di masa mendatang. Selain itu, peningkatan kapasitas produksi dan kualitas sumber daya manusia perlu terus diperhatikan agar konsistensi mutu produk tetap terjaga seiring dengan meningkatnya permintaan pasar.

Selain pengelolaan internal, Roti Bakar Santri juga perlu memperkuat strategi pemasaran dan inovasi produk agar mampu mempertahankan daya saing di tengah

persaingan usaha kuliner yang semakin ketat. Pemanfaatan media digital dan platform penjualan *online* dapat dioptimalkan sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Di sisi lain, pengembangan variasi rasa, kemasan yang lebih menarik, serta rencana pengembangan usaha seperti pendirian *café* RBS diharapkan dapat menjadi langkah strategis untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah produk lokal secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. &. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Astawan, P. D. (2004). *Kandungan serat dan gizi pada roti ungguli mi dan nasi*. Bogor: Departemen Teknologi Pangan dan Gizi IPB.
- Bhinadi, A. (2002). *Sumber-Sumber Pertumbuhan Ekonomi dan Disparitas Regional di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Fandy Tjiptono, P. d. (2019). *Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, Dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta: PT Hecca Mitra Utama.
- KBBI. (2025, Desember 31). *Roti*. Diambil kembali dari kbbi.web.id: <https://www.google.com/amp/s/kbhi.web.id/roti.html>
- Koswara, S. (2009). *Teknologi Pengolahan Roti. Seri Teknologi Pangan Populer (Teori dan Praktek)*. Jakarta: eBookPangan.com.
- Kuncoro, M. (2010). *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Erlangga.
- Nasional, B. S. (1995). *Roti (SNI 01-3840-1995)*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Nugroho, E. P. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sitepu, K. M. (2019). Penentuan Konsentrasi Ragi pada Pembuatan Roti. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Agrokomples*, 71-73.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumpeno, W. (1997). *Perkembangan Usaha*. Banda Aceh.
- Suryana. (2015). *Kewirausahaan: Pendekatan Terpadu (Edisi Revisi/Cetakan)*. Jakarta: Selemba Empat.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Wikipedia. (2025, November 23). *Roti Bakar*. Diambil kembali dari WIKIPEDIA: https://id.wikipedia.org/wiki/Roti_bakar?
- Winarmi, E. W. (2021). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarno, F. G. (2004). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yudha, N. &. (2008). *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.