Available *online* at : http://jurnal.poltekapp.ac.id/

Jurnal ABDIMAS Manajemen Dan Rantai Pasok

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING IKM AMIRA BAKERY

Aster Aryati Rakhmasari[1], Nina Marlina[2] , Yevita Nursyanti[3]
[1,2,3]Politeknik APP Jakarta, Indonesia
asteraryatirakmasari@gmail.com

Abstrak: IKM Roti Amira adalah sebuah usaha di bidang kuliner rumahan yang berfokus pada produksi roti. Roti Amira merupakan roti yang menghadirkan berbagai pilihan roti tawar dan roti manis dengan cita rasa lezat dan berkualitas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengembangkan aspek produksi dan pemasaran IKM Amira Bakery untuk meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan yang dilakukan meliputi pengumpulan dan pengolahan data usaha antara lain: aspek produksi, pemasaran, keuangan, SDM, legalistas dan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal) yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT dan analisis model canvas untuk dapat memberikan usulan perbaikan. Dari hasil analisis diperoleh kesimpulan antara lain: IKM Amira Bakery merupakan IKM yang telah memiliki sistem produksi dan distribusi yang cukup baik untuk skala usaha kecil menengah, sehingga ada peluang untuk mengembangkan aspek produksi dengan mengembangkan desain produk baru, desain kemasan serta peningkatan aspek proses pemasaran. Saran yang dapat diberikan baik dalam aspek produksi dan pemasaran antara lain adalah: perencanaan bisnis untuk produk baru, penetapan harga jual, desain kemasan, pengembangan pemasaran melalui instagram, standarisasi proses, serta peningkatan sertifikasi halal.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Business Model Canvas (BMC), Business Plan, HPP.*

Abstract: Amira Bakery is a home-based culinary business specialising in bread production. Amira Bakery offers a wide selection of savoury and sweet breads, all of which are delicious and of high quality. This community service project was undertaken with the aim of analysing and developing the production and marketing aspects of Amira Bakery to enhance the business's competitiveness. The activities carried out included the collection and processing of business data, covering aspects such as production, marketing, finance, human resources, legal matters and an Environmental Impact Assessment (EIA), followed by a SWOT analysis and a business model canvas analysis to provide recommendations for improvement. The analysis yielded the following conclusions, amongst others: Amira Bakery is an SME that already possesses a production and distribution system that is quite sound for a small-to-medium-sized enterprise; consequently, there is scope to develop production aspects by creating new product designs and packaging designs, as well as by enhancing marketing processes. Recommendations for both production and marketing include: business planning for new products, setting selling prices, packaging design, marketing development via Instagram, process standardisation, and enhancing halal certification.

Keywords: *SWOT analysis, Business Model Canvas (BMC), Business Plan, Cost of Goods Sold (COGS).*

Pendahuluan

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat struktur ekonomi masyarakat. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis, IKM dituntut untuk mampu beradaptasi dan berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu tantangan utama yang dihadapi IKM adalah keterbatasan dalam hal pengembangan produk dan strategi pemasaran yang efektif. Banyak pelaku IKM masih menjalankan usaha secara konvensional, dengan sistem produksi dan pemasaran yang belum optimal. Pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, didukung dengan strategi pemasaran yang tepat, menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing IKM. Dalam konteks ini, diperlukan pendekatan yang terarah dan berkelanjutan untuk membantu IKM meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan distribusi, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai alat promosi dan pengelolaan usaha.

Amira Bakery merupakan industri kecil menengah yang bergerak dibidang produksi roti tawar dan roti manis yang berbahan baku tepung terigu. Amira Bakery didirikan oleh Bapak Rusdi sejak tahun 2018 di Jl. Timbul Raya, Cipedak, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Sebelumnya, Bapak Rusdi telah bekerja sebagai distributor roti sejak tahun 2011. Sekarang Amira Bakery memiliki tiga cabang dan berkonsentrasi pada produksi roti manis, yang menjadi produk paling diminati. Perusahaan juga membuat roti tawar, tetapi lebih suka roti manis dengan berbagai topping. Produksi dilakukan dalam skala kecil hingga menengah dengan menggunakan bahan baku berkualitas seperti tepung terigu dan menggunakan kombinasi teknik manual dan bantuan mesin sederhana. Amira Bakery melayani pelanggan yang mencari roti berkualitas dengan harga terjangkau melalui strategi pemasaran melalui cabang-cabangnya di Jakarta Selatan. Di antara tantangan yang dihadapi adalah persaingan dengan perusahaan besar dan fluktuasi harga bahan baku, tetapi karena peningkatan permintaan roti, ada peluang pertumbuhan yang besar.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan sebagai bentuk kontribusi dalam memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan IKM, khususnya dalam peningkatan daya saing IKM. Melalui kegiatan observasi lapangan, wawancara langsung, serta kajian literatur, dilanjutkan dengan pengumpulan, pengolahan, dan analisis kondisi IKM diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi IKM dan langkah-langkah praktis yang dapat diimplementasikan oleh pelaku IKM untuk meningkatkan daya saing usahanya secara berkelanjutan dan relevan dengan perkembangan zaman. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis dan mengembangkan aspek produksi dan pemasaran IKM Amira Bakery.

Metode

Kegiatan yang dilakukan meliputi observasi awal meninjau lokasi, wawancara dan diskusi awal mengenai permasalahan yang dihadapi yang dilanjutkan dengan identifikasi/perumusan masalah. Selanjutnya adalah kegiatan utama pengabdian masyarakat yang meliputi pengumpulan dan pengolahan data usaha antara lain: aspek produksi (penyusunan FPC, OPC, dan SOP), pemasaran (digital marketing), keuangan (perhitungan HPP), SDM, legalistas dan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (Amdal) yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan analisis *SWOT* dan analisis model canva untuk dapat memberikan usulan perbaikan sebagai

keluaran/*output* dari kegiatan pengabdian masyarakat. Harga merupakan aspek yang penting dalam suatu pemasaran karena adanya penetapan harga ini secara langsung akan menghasilkan pendapatan atau transaksi uang dari konsumen (Salsabilla dan Nurhidayati, 2024). Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman) dalam sebuah proyek tertentu atau spekulasi bisnis. Tujuan dari Analisis SWOT adalah untuk menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Manfaat dari analisis SWOT adalah didapatnya sebuah strategi bagi para stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal (Sasoko dan Mahrudi, 2023). *BMC (Business Model Canva)* adalah alat yang dikembangkan untuk membantu organisasi bisnis dan wirausahawan pemula dalam memetakan dan menganalisis model bisnis mereka. *BMC* mengubah konsep bisnis yang kompleks menjadi konsep yang sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas yang berisi rencana bisnis dengan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik, termasuk analisis strategi internal dan eksternal (Widyarti dkk., 2023).

Hasil dan Pembahasan

1. Kondisi sebelum perbaikan

Kondisi IKM Amira Bakery sebelum perbaikan nampak adanya perolehan keuntungan yang cenderung stabil sehingga perlu ditingkatkan aspek pemasaran, produksi, keuangannya untuk dapat meningkatkan daya saing usaha sehingga keuntungan yang diperoleh dapat meningkat.

2. Hasil analisis dan Usulan perbaikan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, berikut ini adalah usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Amira Bakery :

2.1. Aspek Kemasan

Produk roti yang dihasilkan Amira Bakery memiliki kualitas rasa yang cukup baik dan disukai oleh konsumen. Namun, tampilan kemasannya masih sangat sederhana dan kurang menarik secara visual. Selain itu, kemasan belum mencantumkan informasi penting seperti logo usaha, tanggal kedaluwarsa, serta komposisi bahan. Hal ini membuat produk kurang memiliki identitas merek yang kuat dan bisa menimbulkan keraguan dari sisi keamanan pangan. Oleh karena itu, tim menyarankan agar Amira Bakery membuat desain label kemasan yang lebih menarik dan informatif untuk memperkuat citra merek *(branding)* dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

2.2. Aspek Produksi

a. Standardisasi Proses

AMIRA BAKERY

☑ PRESENT METHOD ☐ PROPOSED METHOD ☐ ORANG ☑ BAHAN DATE : 25/05/2025 PAGE 1/1

PART DESCRIPTION : Roti

OPERATION DESCRIPTION : Proses Pembuatan Roti

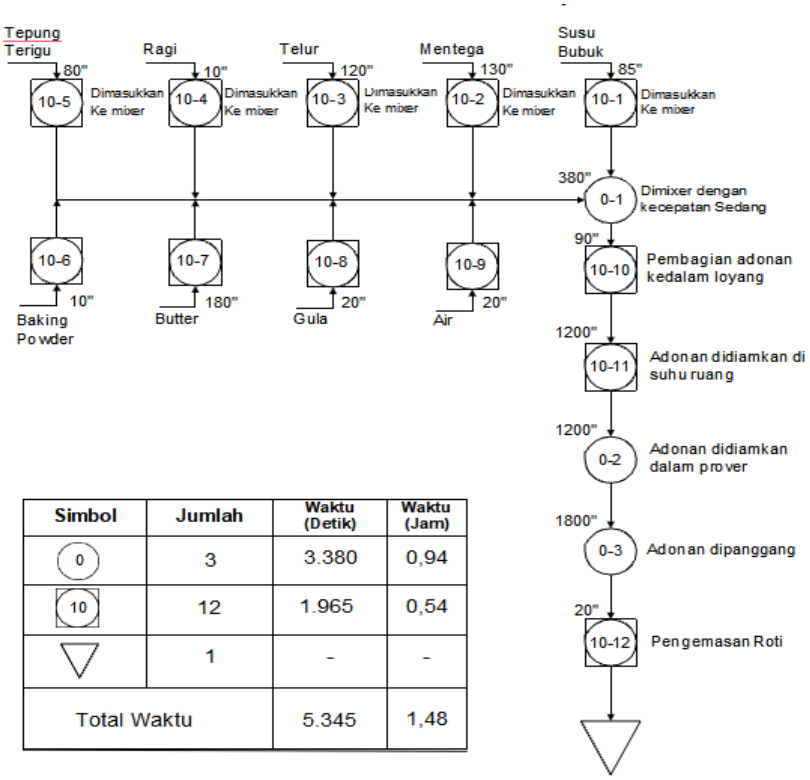
SUMMARY	PRESENT NO	PRESENT TIME	PROPOSED NO	PROPOSED TIME	DIFF NO	DIFF TIME	ANALYSIS	FLOW DIAGRAM ATTACHED
○	11	55						
⇨								
□	7	7						
D	2	30						
▽	1	1						
DIST. TRAVELED		M		M		M		

Langkah	Uraian Kegiatan	METHOD	OPERATION	TRANSPORT	INSPECTION	DELAYS	STORAGES	DISTANCE (M)	QUANTITY	TIMEIN MINUTES UNIT	DISTANCE UNIT
1	Memasukan Susu Bubuk Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		1	1	
2	Memasukan Mentega Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		1	3	
3	Memasukan Telur Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		1	2	
4	Memasukan Ragi Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		1	1	
5	Memasukan Tepung Terigu Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		1	1	
6	Memasukan Baking Powder, Butter, Gula dan Air Kedalam Mixer	Manual	○	⇨	□	D	▽		4	5	
7	Adonan dimixer dengan kecepatan sedang	Manual	○	⇨	□	D	▽			6	
8	Pembagian adonan kedalam loyang	Manual	○	⇨	□	D	▽			2	
9	Adonan didiamkan di suhu ruang	Manual	○	⇨	□	D	▽			20	
10	Adonan didiamkan di dalam proofer	Manual	○	⇨	□	D	▽			20	
11	Adonan dipanggang	Manual	○	⇨	□	D	▽			27	
12	Pengemasan Roti	Manual	○	⇨	□	D	▽			1	
Total Waktu										89	Menit = (1,48 jam)

Gambar 2. FPC Amira Bakery

Sebelumnya IKM Amira Bakery belum memiliki standar proses produksi yang terdokumentasi dengan baik. Hal ini membuat alur kerja kurang terstruktur dan berpotensi menimbulkan inkonsistensi dalam hasil produksi. Untuk mengatasi hal tersebut, tim menyusun *Flow Process Chart (FPC)* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2 dan *Operation Process Chart (OPC)* sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai panduan

operasional. *FPC* adalah tahapan proses dari bahan mentah menjadi produk jadi yang bisa memudahkan untuk mengerti bagaimana proses produksi yang terjadi didalam suatu pabrik (Sibuea, 2020). *OPC* digunakan dalam menganlisa aliran operasi bahan yang terjadi pada proses produksi. Peta ini menggambarkan gambaran grafis paling lengkap dari seluruh proses (Putri dan Ismanto, 2019). Kedua diagram ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan proses produksi secara lebih teratur, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir. Seluruh kegiatan dalam proses ini masih dilakukan secara manual, menggunakan peralatan sederhana seperti mixer, loyang, dan oven. Dalam chart tersebut, setiap langkah kerja dicatat lengkap dengan simbol standar yang menunjukkan jenis aktivitasnya, seperti operasi (proses kerja utama), transportasi, pemeriksaan, hingga penyimpanan. Total terdapat 12 langkah kerja yang harus dilakukan, dimulai dari proses memasukkan bahan-bahan seperti susu bubuk, mentega, telur, ragi, dan tepung ke dalam mixer. Setelah proses pencampuran selesai, adonan akan difermentasi dalam beberapa tahapan, kemudian dibentuk dan akhirnya dipanggang menjadi roti siap konsumsi.

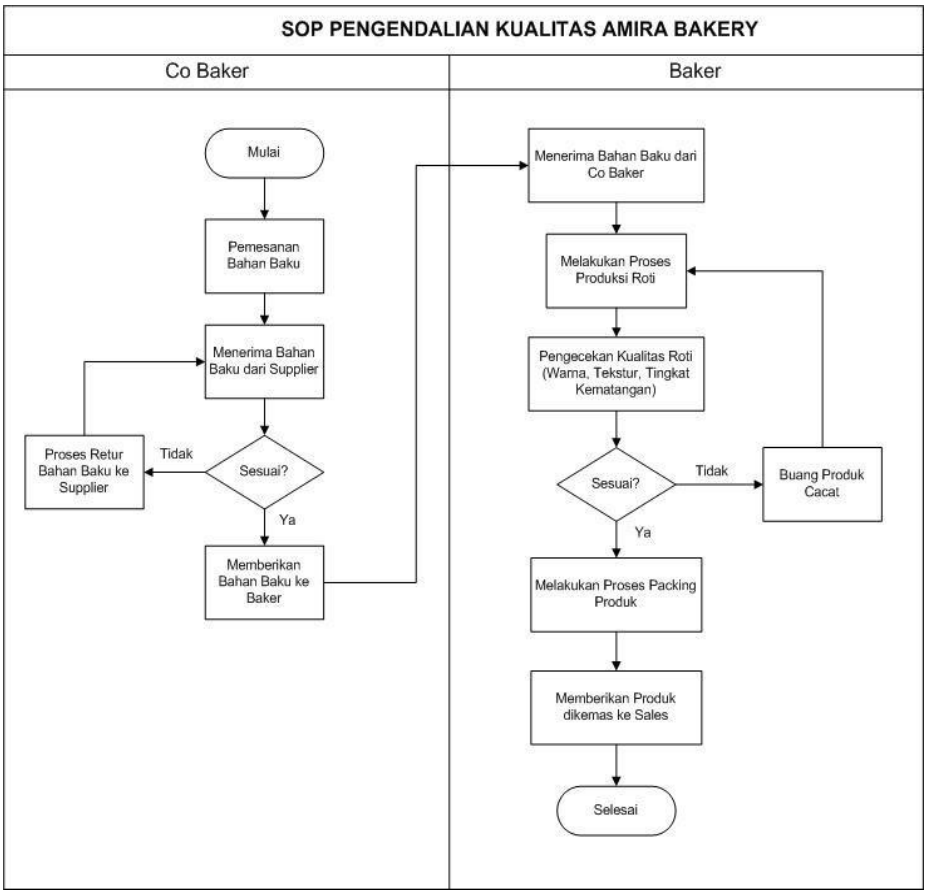


Simbol	Jumlah	Waktu (Detik)	Waktu (Jam)
0	3	3.380	0,94
10	12	1.965	0,54
▽	1	-	-
Total Waktu		5.345	1,48

Gambar 3. OPC Amira Bakery

Dengan adanya FPC ini, proses produksi menjadi lebih mudah dipahami dan terstruktur. Selain itu, dokumen ini dapat digunakan sebagai dasar penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk menjaga konsistensi mutu dan efisiensi kerja di Amira Bakery. Flow Process Chart ini juga memudahkan evaluasi terhadap kegiatan yang berulang atau tidak bernilai tambah, sehingga diharapkan dapat membantu UKM dalam

melakukan perbaikan proses ke depannya. Dari FPC dan OPC dapat disusun SOP sederhana guna menjaga mutu produk dan konsistensi hasil kerja sebaaimana yang diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. SOP Pengendalian Kualitas

b. Pengembangan Produk

Dengan melihat hasil analisis aspek pemasaran dan keuangan dapat disimpulkan bahwa IKM Amira Bakery memiliki peluang untuk mengembangkan jenis produk diantaranya adalah kue ulang tahun atau sejenisnya. Berikut adalah rancangan rencana bisnis suntuk bisa dijadikan acuan kerja dalam pengembangan produk.

1) Ringkasan Eksekutif

- Nama Usaha : Amira Bakery
- Jenis Produk : Kue ulang tahun dekorasi minimalis dan rasa klasik (blackforest, sponge cake vanila/cokelat).
- Target Pasar : Pelajar, mahasiswa, pekerja kantor, dan ibu rumah tangga di sekitar area perumahan/lokasi strategis.
- Keunggulan : Rasa enak, harga terjangkau, menggunakan bahan berkualitas tanpa pengawet, serta bisa pesan dadakan atau pre-order via WhatsApp atau Instagram.

2) Analisis Produk & Layanan

- Produk : Kue ulang tahun ukuran diameter 16 cm – 20 cm dengan hiasan krim sederhana, cokelat leleh, atau buah segar (Korean minimalist cake style).
- Nilai Tambah : Menerima desain kustom sesuai permintaan pembeli dan gratis lilin serta pisau kue sederhana untuk setiap pembelian.

3) Analisis Pasar & Strategi Pemasaran

- Target Konsumen: Remaja dan orang dewasa rentang usia 17–40 tahun yang merayakan ulang tahun atau hari jadi.
- Strategi Harga *(Pricing) :* Menjual dengan harga bersaing, yaitu kisaran Rp100.000 – Rp175.000 per kue (tergantung ukuran dan kerumitan hiasan).
- Promosi :
  - Menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, dan Status WhatsApp) untuk memamerkan foto hasil kue.
  - Memberikan potongan harga khusus (diskon 10%) untuk pelanggan pertama atau promo "beli 2 gratis ongkir area dekat".

4) Rencana Operasional & Produksi

- Lokasi: Produksi dilakukan di dapur rumah sendiri untuk menekan biaya sewa tempat.
- Alat Utama: Oven, mixer, loyang, spatula, dan perlengkapan dekorasi kue.
- Bahan Baku: Tepung terigu, telur, gula, mentega, cokelat bubuk, whipping cream, dan pewarna makanan aman (halal).

5) Rencana Keuangan Sederhana (Estimasi Awal)

- Modal Peralatan & Bahan Awal (Investasi & Operasional Bulan Pertama) :
  - Mixer dan Oven kecil: Rp2.000.000
  - Loyang & Alat Dekorasi: Rp500.000
  - Bahan baku awal (untuk 20 kue): Rp1.500.000
  - Kemasan / Dus kue cantik: Rp300.000
  - Total Modal Awal: Rp4.300.000
- Proyeksi Pendapatan (Per Bulan) :
  - Target penjualan: 15 kue per bulan x Rp130.000 (rata-rata) = Rp1.950.000 (Contoh skala kecil/mikro pemula)
  - Biaya variabel bahan baku & dus (15 kue x Rp75.000): Rp1.125.000
  - Estimasi Keuntungan Bersih (Profit): Rp825.000 di bulan-bulan awal, yang akan terus bertambah seiring banyaknya pesanan rutin.

6) Harga Pokok Penjualan (HPP)

Tabel 1. Biaya Bahan Baku Utama (Resep Kue & Cream)

Biaya Bahan Baku Utama (Resep Kue & Cream)		
Bahan Baku	**Estimasi Takaran Per Kue**	**Estimasi Biaya**
Tepung Terigu	150 gram	Rp2.500
Telur	4 butir	Rp8.000
Gula Pasir	120 gram	Rp2.000
Mentega / Margarin	100 gram	Rp4.000
SP / Emulsifier	1 sendok teh	Rp1.000
Bubuk Cokelat / Vanila	25 gram	Rp3.000
Whipping Cream (Dekorasi)	200 gram	Rp16.000
Pewarna & Gula Penghias	Secukupnya	Rp2.000
Total Bahan Baku		**Rp38.500**

HPP untuk 1 buah Kue Ulang Tahun Minimalis (Diameter 16 cm) dapat diperoleh dari perhitungan sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 2 s.d. 4 di bawah ini.

Tabel 2. Biaya Kemasan & Pelengkap *(Packaging)*

Biaya Kemasan & Pelengkap *(Packaging)*		
Item Pelengkap	Jumlah Estimasi	Biaya
Dus Kue Tebal Jendela Transparan	1 buah	Rp8.000
Alas Kue *(Cake Board)*	1 buah	Rp2.500
Lilin Angka / Lilin Batang Kecil	1 set	Rp1.500
Pisau Plastik	1 buah	Rp1.000
Stiker Logo Usaha	1 lembar	Rp500
Total Kemasan		**Rp13.500**

Tabel 3. Biaya Operasional (Utilitas per Kue)

Biaya Operasional (Utilitas per Kue)
Estimasi Gas & Listrik: Rp5.000 per kue.

Tabel 4. Total Perhitungan HPP per Kue

Total Perhitungan HPP per Kue
• HPP = Total Bahan Baku + Total Kemasan + Biaya Operasional
• HPP = Rp38.500 + Rp13.500 + Rp5.000 = Rp57.000

2.3. Aspek Pemasaran



Gambar 5. Instagram Amira Bakery

Dalam kehidupan sehari-hari, pemasaran tidak pernah lepas dari kebutuhan hidup manusia. Baik produk maupun jasa akan terus diciptakan, dikembangkan, serta didistribusikan ke masyarakat secara luas (Isma dkk., 2026). Pemanfaatan strategi pemasaran digital secara optimal berdampak signifikan terhadap perluasan jangkauan pasar di luar wilayah serta peningkatan volume penjualan secara bertahap (Jamira dkk., 2025). Strategi pemasaran Amira Bakery saat ini masih terbatas pada penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, kami menyarankan agar IKM mulai memanfaatkan pemasaran digital, seperti membuat akun bisnis di Instagram (Gambar 5) untuk promosi produk, menggunakan aplikasi MAJOO untuk pencatatan penjualan dan manajemen usaha, serta membuat katalog produk digital agar memudahkan pelanggan dalam memilih dan memesan. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara lebih efektif.

Tabel 1 memperlihatkan gambaran (indikator) kerja masing-masing tim pengabdian masyarakat meliputi kondisi sebelum, selama, dan sesudah perbaikan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Amira Bakery merupakan IKM yang telah memiliki sistem produksi dan distribusi yang cukup baik untuk skala usaha kecil menengah. Proses produksinya masih dilakukan secara manual dengan peralatan sederhana, namun telah menghasilkan beragam produk roti yang disukai konsumen. Dari sisi keuangan, usaha ini dikelola dengan efisien dan mandiri, terbukti dari tidak adanya utang serta tercapainya laba bersih yang stabil. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki, seperti kualitas kemasan yang belum maksimal, belum adanya SOP tertulis, serta strategi pemasaran yang masih terbatas pada metode offline. Dengan demikian, diperlukan beberapa perbaikan strategis agar usaha ini dapat berkembang lebih optimal dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Tabel 1. Tabel Indikator Kinerja

No.	[1] **Kondisi sebelum**	**2** **Proses Perbaikan**	**3** **Kondisi sesudah *(output)***	**4** **Manfaat *(outcome)***
Nama Dosen		Nina Marlina (Analisis SWOT dan pengembangan aspek pemasaran).		
Bidang		Manajemen Logistik		
1.	✓IKM Amira Bakery belum mengetahui secara eksplisit aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi. ✓Belum mengetahui strategi pengembangan yang tepat. ✓Pemasaran masih dilakukan secara manual dari mulut ke mulut. ✓Belum mengetahui harga terbaru yang dapat meningkatkan daya saing usaha.	✓Perbaikan dilakukan dengan mengumpulkan dan mengolah data secara menganalisis aspek kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi. ✓Memberikan usulan strategi peningkatan daya saing melalui analisis SWOT ✓Membuat akun dan desain instagram untuk pemasaran digital. ✓Melakukan perhitungan HPP dan margin keuntungan. ✓Foto proses pengumpulan data. 	✓Dengan adanya **analisis SWOT,** Amira Bakery mengetahui posisi usahanya dalam hal kekuatan, kelemaan, peluan, dan ancaman yang dihadapi. ✓Amira Bakery mengetahui strategi pengembangan daya saing yang perlu dilakukan. ✓Amira Bakery dapat mengembangan aspek pemasaran secara digital melalui akun instagram: **Kedai Roti Amira** ✓Dengan adanya **perhitungan HPP**, Amira Bakery mengetahui penetapan harga yang bersaing.	✓Dengan adanya pemetaan aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dilanjutkan dengan adanya analisis SWOT, IKM Amira Bakery dapat mengetahui posisi usaha dan strategi peningkatan daya saing yang perlu dilakukan sehingga posisi daya saing meningkat. ✓Dengan adanya akun instagram IKM Amira Bakery dapat mengembangkan aspek pemasarannya secara digital sehingga dapat menjangkau pasar lebih banyak lagi. ✓IKM Amira Bakery dapat meningkatkan keuntungan melalui penetapan harga produk yang berdaya saing.
	- Tanggal Aktifitas : Mei 2026	- Tanggal Aktifitas : Juni s.d. Agustus 2026	- Tanggal Aktifitas : September 2026	

No.	[1] Kondisi sebelum	2 Proses Perbaikan	3 Kondisi sesudah *(output)*	4 Manfaat *(outcome)*
Nama Dosen		Yevita Nursyanti (Analisis BMC dan pengembangan aspek keuangan)		
Bidang		Manajemen Logistik		
2.	✓ IKM Amira Bakery belum mengetahui posisi struktur operasional internal bisnis. ✓ IKM Amira Bakery belum mengetahui model bisnis yang perlu dikembangkan.	Dilakukan analisis struktur operasional internal bisnis dengan menggunakan model analisis Business Model Canva.	✓ Dengan **adanya model bisnis Canva,** IKM Amira Bakery dapat mengetahui posisi struktur operasional internal bisnis. ✓ IKM Amira Bakery sudah mengetahui model bisnis yang perlu dikembangkan.	IKM Amira Bakery dapat melakukan fokus perbaikan struktur operasional internal bisnis sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis secara efisien dan efektif.
	- Tanggal Aktifitas : Mei 2026	- Tanggal Aktifitas : Juni s.d. Agustus 2026	- Tanggal Aktifitas : September 2026	
Nama Dosen		Aster Aryati Rakhmasari (Menyusun rencana bisnis untuk pengembangan aspek produksi, dan menyusun laporan PKM)		
Bidang [1]		Manajemen Logistik		
3.	✓ IKM Amira Bakery belum melakukan peningkatan aspek produksi dalam hal desain produk baru. ✓ Amira Bakery belum mengetahui cara pningkatan daya saing secara terstruktur dan terdokumentasi.	✓Penyusunan rencana bisnis. ✓Mendokumentasi-kan hasil pengumpulan, dan analisis data dengan terstruktur.  ✓	✓Denan adanya **Business Plan**, IKM Amira Bakery dapat mengetahui cara melakukan peningkatan aspek produksi dalam hal desain produk baru. ✓Amira Bakery mengetahui cara peningkatan daya saing secara terstruktur dan terdokumentasi.	✓Melalui produksi produk baru Amira Bakery dapat meningkatkan penjualan, pendapatan, dan keuntungan usaha. ✓Amira Bakery dapat meningkatkan daya saing sehinggameningkatkan keuntungan.
	- Tanggal Aktifitas : Awal Januari 2025	- Tanggal Aktifitas : 30 s.d. 31 Januari 2025	- Tanggal Aktifitas : Februari 2025	

Dengan dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat beberapa hal dapat diterapkan untuk dapat meningkatkan daya saing usaha. Berikut adalah perbaikan yang telah diterapkan/dilakukan untuk peningkatan daya saing:

1. Memperbarui desain kemasan dengan menambahkan label, logo, informasi komposisi, dan tanggal kedaluwarsa untuk memperkuat identitas merek serta meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. Menerapkan SOP tertulis berdasarkan Flow Process Chart (FPC) dan Operation Process Chart (OPC) yang telah disusun, guna menjaga konsistensi kualitas dan efisiensi kerja, serta memudahkan pelatihan tenaga kerja baru.
3. Mengaktifkan pemasaran diital melalui berbagai sosial media utamanya instagram.
4. Menerapkan HPP sehingga dapat ditentukan harga jual yang bersain.
5. Menerapkan rencana bisnis untuk peninkatan keuntungan.
6. Menerapkan struktur model canva untuk perbaikan operasional yang berdaya saing.

Ucapan Terima Kasih

Kami ucapkan terima kasih kepada pimpinan Politeknik APP Jakarta utamanya UPPM Politeknik APP Jakarta juga kepada pimpinan Amira Bakery atas kesempatan dan dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Referensi

Isma, A.A., Astriani, S., & Yope S.A. 2026. Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Kabupaten Sinjai melalui Optimalisasi Digital Marketing. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi,* 2(1), 66-71. https://jurnal.literasisains.id/index.php/ekonom/article/view/567.

Widyarti, M.T.H., Hartono, H., Handayani, J., Rokhimah, J.P., & Kusuma, S.Y. 2023. Implementasi Business Model Canvas Pada Ud Makmur Mandiri. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS),* 6(1), 50-57. https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v6i1.4577.

Jamira, A. & Iskandar, F. 2025. Strategi Pemasaran STP (Segmenting , Targeting , and Positioning) Sepeda Motor Yamaha NMAX di Indonesia. Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi (JIUBJ). 25(1), 279–284. https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.6091.

Putri, R. E., & Ismanto, W. 2019. Pengaruh Perancangan Ulang Tata Letak Fasilitas Di Area Operasional Kerja Berbasis 5S Untuk Pengajuan Modal Usaha. *Jurnal Dimensi.* 8(1), 71–89. https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1824.

Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration, 22(1), 8–19. https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64.

Sibuea, S., Prima, W., & Christine, A.C. 2022. Relayout Gudang Produk Jadi PT . Jaya Beton Indonesia Menggunakan Metode SLP dan CORELAP. Jurnal Ilmiah Teknik Industri Prima (Juriti Prima). 3(2), 7–14. https://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/juriti/article/view/1372.

Salsabilla, S.A. dan Nurhidayati, I. 2024. Bauran Pemasaran (4P) Selada (Lactuca Sativa L.) Hidroponik di Arghi Hydrofarm Mojolaban, Kabupaten Sukoharjo. Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development. 3(1), 34–41. https://jurnal.uns.ac.id/cosmed/article/view/93398.