

## **Penerapan Manajemen Pemasaran Pada Produk UMKM Roti Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Lokal Pada Toko Yana Bakery**

**Nike Puspita Sari<sup>1</sup>, Widya Veronika Putri<sup>2</sup>, Wulan Oktavia<sup>3</sup>, Vivi Nila Sari<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Putra Indonesia YPTK Padang*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Wulan Oktavia

**E-mail:** [wulanoktavia453@gmail.com](mailto:wulanoktavia453@gmail.com)

### **Abstrak**

*Pelatihan ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen pemasaran pada produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) roti dalam upaya meningkatkan daya saing di pasar lokal, dengan studi kasus pada Toko Yana Bakery. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci keberhasilan UMKM untuk bertahan dan berkembang. Metode pelatihan yang digunakan adalah membaggia sosialisasi tentang implementasi manajemen pemasaran di Toko Yana Bakery melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap proses pemasaran di Toko Yana Bakery. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) yang terencana dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen lokal mampu meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan. Inovasi produk, penetapan harga yang kompetitif, distribusi yang efisien, serta promosi melalui media sosial dan promosi langsung menjadi faktor penentu dalam membangun keunggulan kompetitif. Kesimpulan dari pelatihan ini menegaskan bahwa manajemen pemasaran yang tepat dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di pasar lokal.*

**Kata kunci** - manajemen pemasaran, UMKM roti, daya saing, pasar lokal

### **Abstract**

*This very training aims to analyze the application of marketing management in bakery Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products in an effort to increase competitiveness in the local market, with a case study at Toko Yana Bakery. In the face of increasingly fierce competition in the food industry, effective marketing strategies are the key to the success of MSMEs to survive and thrive. The training method used is to share socialization about the implementation of marketing management at Toko Yana Bakery through observation, interviews, and documentation of the marketing process at Toko Yana Bakery. The training results show that the implementation of a marketing mix (product, price, place, and promotion) that is planned and tailored to the needs of local consumers can increase brand awareness and customer loyalty. Product innovation, competitive pricing, efficient distribution, and promotion through social media and direct promotion are determining factors in building a competitive advantage. The conclusion of this training confirms that proper marketing management can significantly contribute to improving the competitiveness of MSMEs in the local market.*

**Keywords** - marketing management, bakery MSMEs, competitiveness, local market

## **PENDAHULUAN**

Roti merupakan salah satu jenis makanan yang sangat populer di kalangan masyarakat, dengan perkembangan yang terus menunjukkan pertumbuhan pesat. Saat ini, roti telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari dan bahkan berfungsi sebagai makanan pokok bagi sebagian orang. Pertumbuhan industri roti mendorong para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk serta menerapkan strategi penjualan yang efektif (Syahrin *et al.*, 2025). UMKM Pabrik Roti Yana Bakery merupakan produsen roti terkemuka di Padang yang berkomitmen untuk menghadirkan produk roti berkualitas tinggi, lezat, dan sehat bagi masyarakat. Dengan bahan-bahan pilihan, teknologi modern, serta tenaga kerja yang berpengalaman, Pabrik Roti Yana Bakery terus menjaga standar kebersihan dan cita rasa di setiap produknya. Mereka menawarkan berbagai varian roti, mulai dari roti manis, roti tawar, hingga kue spesial yang cocok untuk berbagai acara dan kebutuhan sehari-hari.

Pengembangan UMKM menjadi sangat relevan dilakukan di daerah – daerah yang ada di Indonesia mengingat struktur usaha yang berkembang selama ini bertumpu pada keberadaan industri kecil, rumah tangga, dan menengah meskipun dengan kondisi yang memprihatinkan, baik dari segi nilai tambah maupun dari keuntungan yang diperoleh terkait pengembangan usaha. Kota Padang merupakan daerah yang strategis ditinjau dari segi geografisnya.

Mengembangkan hasil produksi menjadi tugas yang sulit karena banyak rintangan yang muncul dari dalam maupun luar usaha. Kesuksesan suatu usaha bergantung pada kemampuannya dalam menyajikan produk-produk yang trendy dan berkualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penting bagi umkm untuk menjadikan inovasi produk sebagai prioritas strategis karena inovasi memainkan peran krusial dalam pasar yang bersaing, dan oleh karena itu umkm harus terus eksplorasi untuk menghasilkan produk baru. Itulah mengapa pengembangan produk sangat krusial agar usaha bisa bertahan (Sakinah *et al.*, 2024).

Semakin berkembangnya suatu usaha maka diperlukan cara memasarkan produk yang lebih bagus dalam meningkatkan daya saing. Diperlukan pemahaman dan pengetahuan yang cukup untuk menghasilkan cara memasarkan yang baik. Ketidak mampuan untuk melakukan memasarkan produk akan berpengaruh terhadap produk roti yang tidak banyak diketahui oleh orang. Pelaku UMKM belum menerapkan Manajemen pemasaran dengan baik. Hal ini disebabkan faktor tingkat kemampuan, pemahaman dan motivasi untuk melakukan pemasaran yang masih kurang. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, pelaku masih belum menganut memasarkan suatu produk belum secara online dalam menjalankan usahanya, adanya melakukan memasarkan produk secara online agar meningkatkan penjualan yang ada.

Namun pemilik UMKM Pabrik Toko Yana Bakery yang masih kekurangan akses terhadap pelatihan dan pendidikan manajemen pemasaran. Hal ini disebabkan terbatasnya sumber daya dan kurangnya keahlian di bidang tersebut. Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan pemilik UMKM Pabrik Toko Yana Bakery perlu diberikan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan di bidang Manajemen Pemasaran. Kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan roti dan kue menjadi solusi yang tepat. Melalui pelatihan berbasis praktik, UMKM dapat menguasai teknik baru, mengembangkan produk inovatif, dan meningkatkan strategi pemasaran (Indiarjo *et al.*, 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penerapan manajemen pemasaran usaha kepada pengusaha UMKM Pabrik Toko Roti Yana Bakery. Program ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengusaha UMKM dalam memasarkan produknya, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja usahanya serta berkontribusi terhadap perekonomian daerah.

## **METODE**

Metode yang dilakukan dalam pelatihan ini berupa:

1. Persiapan, Survei Lokasi, penyusunan materi dan perizinan.
2. Sosialisasi, Pelatihan mengenai strategi pemasaran (4P) dan pentingnya pemasaran digital.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

3. Evaluasi, Tinjauan hasil dan dampak kegiatan terhadap pelaku UMKM.
4. Penyusunan laporan, Dokumentasi kegiatan dan iuran terperinci.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahap pertama dari kegiatan ini adalah tim PKL melakukan diskusi terkait penentuan objek atau tempat pelaksanaan kegiatan, tim PKL menyimpulkan akan memilih Pabrik Roti Yana Bakery sebagai objek yang terletak di Jln. Dadok Tunggul Hitam, Kec. Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat 25586. melalui diskusi dan koordinasi terhadap pengelola kami memilih jadwal perdana ke lokasi yaitu tanggal 20 Mei 2025.

Tahap kedua melakukan penelitian ke objek untuk melakukan PKL dan melakukan wawancara kepada owner Pabrik Yana Bakery setelah melakukan wawancara tersebut tim PKL memberikan saran dan Solusi untuk kendala yang ada di pabrik roti.



**Gambar 1.**  
Owner Pabrik Roti Yana Bakery

Adapun hasil kegiatan ini diharapkan untuk memberikan pemahaman untuk meningkatkan pengetahuan, cara memasarkan produk UMKM dan pengembangan kemampuan manajemen pemasaran terhadap pelaku UMKM Pabrik Roti Yana Bakery. Selain itu, kegiatan ini dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih memahami pentingnya memahami kendala pemasaran terhadap pesaing usaha yang baik dan benar. Dengan adanya sosialisasi ini, pelaku UMKM diharapkan mampu mengurangi resiko kesalahan dalam menerapkan manajemen pemasaran dan meningkatkan pemahaman tentang kendala pemasaran terhadap pesaing usaha secara efisiensi serta transparansi dalam manajemen pemasaran, Hasil akhirnya adalah mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih sehat dan berkelanjutan melalui praktek pemasaran yang lebih terstruktur dengan system pengelolaan yang ada.



**Gambar 2.**  
Produk Roti

## KESIMPULAN

Kegiatan UMKM di Pabrik Roti Yana Bakery dibuat masih dalam skala kecil dan karyawan juga sedikit. Dalam ekonomi modern saat ini yang ketat akan persaingan, niat dan usaha yang bersungguh-sungguh perlu didukung dengan kiat-kiat khusus yang menjadi keunggulan suatu usaha dibandingkan usaha lainnya. Diharapkan kepada pemilik usaha Pabrik Roti Yana Bakery untuk dapat berkerja sama dengan pihak pemilik UMKM lainnya, sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta membuka kontrak kerja sama dengan beberapa pasar maupun took di beberapa outlet di Kota Padang. Pengembangan program ini berdampak untuk pemilik usaha Yana Bakery dan juga bisa meningkatkan penjualannya. Serta penggunaan Teknologi mengajarkan dan mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan software manajemen dan aplikasi pemasaran digital dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam kegiatan manajemen pemasaran produk

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan di UMKM Roti Yana Bakery telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan manajerial, khususnya dalam bidang pemasaran. Pemilik usaha menjadi lebih memahami pentingnya penerapan strategi 4P dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan dan kompetitif. Kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan kesadaran tentang pentingnya promosi digital serta pentingnya inovasi dalam mengembangkan produk. Adapun saran penulis, terhadap penyelenggaraan usaha Pabrik Roti Yana Bakery ialah :

1. Pelatihan Berkelanjutan, disarankan untuk melakukan pelatihan secara berkala agar pelaku UMKM terus mendapatkan informasi terbaru mengenai strategi dan manajemen pemasaran usaha yang baik dan benar
2. Penggunaan Teknologi mengajarkan dan mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan software manajemen dan aplikasi pemasaran digital dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam kegiatan manajemen pemasaran produk.
3. Pendampingan dan Konsultasi menyediakan pendamping dan konsultasi dalam manajemen pemasaran secara berkelanjutan bagi pelaku UMKM untuk membantu mereka menerapkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran yang diperoleh dari pelatihan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan tulus kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak selaku Owner Yana Bakery atas kesempatan dan dukungan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Keramahan, keterbukaan, serta kerja sama yang sangat baik dari pihak Toko Yana Bakery menjadi faktor penting dalam kelancaran dan keberhasilan kegiatan ini. Bimbingan serta informasi yang diberikan sangat bermanfaat bagi kami dalam memahami penerapan manajemen pemasaran secara langsung di dunia usaha nyata. Semoga kerja sama ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi kedua belah pihak dan membawa kemajuan bagi usaha Yana Bakery ke depannya

## DAFTAR PUSTAK

- Aurinawati, H. F. dan derista. (2020). Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cokelat Monggo di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Inovasi Manajemen Indonesia Volume*, 03, 409–418.
- Defrizal, D., & Pramudya, S. F. (2023a). Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada Toko Dura di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 7(3), 776–782. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1268>
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyanti, S. A. (2023). Strategi Influencer Marketing Pada Rahsa Nusantara Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Bisnis, Jurnal Lentera* 12(3), 725. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.869>

- Humas Tel-U Surabaya. (2024, October 30). Pentingnya Media Sosial dalam Pemasaran Produk di Era Digital. *Universitas Telkom Surabaya*.
- Indiarto, R., Subroto, E., Multazami, A. A., & Ferdiansyah, M. (2025). Pembuatan Roti Dan Kue Untuk Peningkatan Daya Saing. 9(2), 1824–1833.
- Pancawati, N. L. P. A. (2022). Total Quality Management Dan Biaya Mutu: Meningkatkan Daya Saing Melalui Kualitas Produk. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 185-194. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v5i2.1674>
- Sakinah, E. A., Mahara, C. I., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Holland Bakery Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 198–205. Diakses dari [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya\\_jpm/index](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index)
- Supandi, A., & Johan, R. S. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Pendapatan Pelaku Umkm Di Kecamatan
- Syahrin, M. A., Rahim, A., Alwi, M., Amaliah, R., Sari, M., Laili, N., & Anisa, E. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Roti Mohra melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat di Mandailing Natal. 1(4), 434–439
- Tjiptono, Fandy. (2021). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: ANDI*.
- Wibowo, Agus. (2022). Manajemen Media Pemasaran. *Semarang: Universitas STEKOM*.