



Journal of Human And Education

Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 1318-1323

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pelatihan Manajemen dan Pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung

Mariani¹, Lucia Evianti Patulak², Ridha Taurisma Lajaria³, Wa Ode Dien Indalestari⁴, Ifin Naim⁵, Herman Titop⁶, I Wayan Sudarsana⁷, Arsyad Jaenuddin⁸, Nur Aisyah⁹, Muh. Fahri¹⁰, Ghalib Suprianto¹¹, Wa Ode Nursaadha Rajuddin¹²
Universitas Sulawesi Tenggara
Email: mmariani1330@gmail.com

Abstrak

Pelatihan manajemen dan pemasaran untuk UMKM GRS Roti Bandung bertujuan meningkatkan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran untuk memperluas daya saing di pasar. Kegiatan pelatihan mencakup materi tentang manajemen bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep manajemen dan pemasaran, serta kemampuan dalam menerapkan strategi digital untuk promosi produk. Evaluasi dan tindak lanjut pasca pelatihan membantu peserta mempertahankan pembelajaran dan menerapkan inovasi secara berkelanjutan. Dengan pelatihan ini, GRS Roti diharapkan dapat bersaing lebih baik di pasar lokal dan berkontribusi pada perekonomian UMKM di Bandung.

Kata Kunci: *Manajemen, Pemasaran Digital, UMKM, Inovasi, Pelatihan*

Abstract

The management and marketing training for GRS Roti Bandung MSMEs aims to enhance managerial capacity and marketing strategies to improve competitiveness in the market. The training activities included sessions on business management, digital marketing, and product innovation. Methods used were lectures, group discussions, case studies, and hands-on practice. The results demonstrated improved participant understanding of management and marketing concepts and their ability to apply digital strategies for product promotion. Post-training evaluation and follow-ups helped participants maintain learning and implement innovations sustainably. This training is expected to enable GRS Roti to compete better in the local market and contribute to the MSME economy in Bandung.

Keywords: *Management, Digital Marketing, MSME, Innovation, Training*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia (Kemenkop UKM, 2021). Di Bandung, salah satu contoh UMKM yang menonjol adalah GRS Roti, yang telah berhasil mengembangkan produk roti dengan berbagai varian rasa dan inovasi. Namun, meskipun memiliki produk yang berkualitas, GRS Roti masih menghadapi tantangan dalam hal manajemen dan pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, pelatihan manajemen dan pemasaran menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha ini.

Dalam konteks ini, pelatihan manajemen dan pemasaran bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan bagi pemilik dan karyawan GRS Roti. Melalui pelatihan ini, diharapkan mereka dapat memahami konsep dasar manajemen bisnis, termasuk perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Selain itu, pelatihan pemasaran akan membantu mereka dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat, sehingga produk GRS Roti dapat lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat luas. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% UMKM yang memiliki pemahaman yang baik mengenai pemasaran, sehingga pelatihan ini menjadi langkah yang strategis (BPS, 2022).

Lebih jauh, pelatihan ini juga akan mencakup penggunaan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, UMKM dituntut untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta orang pada tahun 2022, dan sebagian besar dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari informasi produk (APJII, 2022). Oleh karena itu, pelatihan ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk GRS Roti.

Contoh kasus dari UMKM lain yang telah berhasil melalui pelatihan serupa juga akan menjadi bagian dari materi pelatihan. Misalnya, UMKM "Aneka Kue El Umi" di Kendari yang setelah mengikuti pelatihan manajemen dan pemasaran, berhasil meningkatkan penjualan mereka hingga 150% dalam waktu satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan melihat keberhasilan tersebut, diharapkan GRS Roti dapat menerapkan strategi yang sama dan mencapai hasil yang lebih baik.

Dengan latar belakang tersebut, penting untuk merancang pelatihan yang komprehensif dan sesuai dengan kebutuhan GRS Roti. Pelatihan ini tidak hanya akan memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga praktik langsung yang dapat diterapkan dalam operasi sehari-hari. Melalui pendekatan ini, diharapkan GRS Roti dapat berkembang dan bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

Tujuan utama dari pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan manajerial serta pemasaran bagi pemilik dan karyawan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen, diharapkan mereka dapat mengelola sumber daya yang ada dengan lebih efisien. Efisiensi ini akan berdampak pada pengurangan biaya operasional dan peningkatan produktivitas. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Universitas Indonesia, UMKM yang memiliki manajemen yang baik mampu meningkatkan produktivitas hingga 30% dibandingkan dengan yang tidak (UI, 2020).

Selain itu, pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep pemasaran yang lebih modern dan relevan dengan perkembangan zaman. Dalam era digital seperti sekarang, pemasaran tidak hanya terbatas pada metode tradisional, tetapi juga mencakup pemasaran digital. Oleh karena itu, peserta pelatihan akan mendapatkan pemahaman tentang berbagai teknik pemasaran digital, termasuk SEO, pemasaran media sosial, dan email marketing. Menurut data dari HubSpot, 61% pemasar menganggap bahwa meningkatkan SEO dan pertumbuhan konten adalah prioritas utama mereka (HubSpot, 2021). Dengan demikian, GRS Roti dapat memanfaatkan strategi ini untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.

Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk membangun jaringan dan kolaborasi antara UMKM. Dalam dunia bisnis, jaringan yang kuat dapat membuka peluang baru, baik dalam hal pemasaran maupun pengembangan produk. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan dapat berinteraksi dengan pelaku UMKM lain dan membangun relasi yang saling menguntungkan. Penelitian dari Kementerian Koperasi menunjukkan bahwa UMKM yang aktif dalam jaringan bisnis memiliki peluang sukses yang lebih tinggi hingga 40% (Kemenkop UKM, 2022).

Salah satu tujuan penting lainnya adalah untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya inovasi dalam produk dan layanan. GRS Roti perlu terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang selalu berubah. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang teknik pengembangan produk dan riset pasar agar mereka dapat menciptakan produk baru yang sesuai dengan permintaan pasar. Data dari Nielsen menunjukkan bahwa 63% konsumen lebih memilih produk yang inovatif dan unik (Nielsen, 2021). Ini menunjukkan bahwa inovasi adalah kunci untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Dengan berbagai tujuan tersebut, pelatihan manajemen dan pemasaran ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi GRS Roti dalam meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di pasar. Melalui pendekatan yang sistematis dan terencana, diharapkan hasil dari pelatihan ini dapat dirasakan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

METODE

Metodologi pelatihan yang akan digunakan dalam pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung dirancang untuk menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan aplikatif. Metode yang dipilih meliputi ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan praktik langsung. Dengan menggunakan kombinasi metode ini, diharapkan peserta dapat memahami teori sekaligus mengaplikasikannya dalam konteks nyata. Menurut penelitian oleh Dewey (1938), pembelajaran yang aktif dan partisipatif dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi.

- Ceramah akan dilakukan oleh para ahli di bidang manajemen dan pemasaran yang memiliki pengalaman praktis dalam mengelola UMKM. Mereka akan memberikan materi yang relevan

dan up-to-date, sehingga peserta mendapatkan informasi yang bermanfaat. Selain itu, sesi tanya jawab akan diadakan untuk mendorong peserta berinteraksi langsung dengan narasumber. Dengan cara ini, peserta dapat menggali lebih dalam mengenai topik yang dibahas dan mendapatkan jawaban atas pertanyaan yang mungkin mereka miliki.

- Diskusi kelompok juga akan menjadi bagian penting dari metodologi pelatihan ini. Peserta akan dibagi menjadi beberapa kelompok kecil untuk mendiskusikan berbagai isu yang terkait dengan manajemen dan pemasaran. Melalui diskusi ini, peserta dapat saling bertukar ide dan pengalaman, serta belajar dari satu sama lain. Penelitian menunjukkan bahwa diskusi kelompok dapat meningkatkan keterlibatan peserta dan mendorong pemikiran kritis (Johnson & Johnson, 1994).
- Studi kasus akan dihadirkan untuk memberikan contoh nyata tentang tantangan yang dihadapi oleh UMKM dan solusi yang dapat diterapkan. Peserta akan diajak untuk menganalisis kasus-kasus tertentu dan merumuskan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut. Metode ini efektif dalam membantu peserta memahami aplikasi praktis dari teori yang telah dipelajari. Dengan menganalisis kasus nyata, peserta dapat melihat langsung dampak dari keputusan manajerial dan pemasaran yang diambil.
- Praktik langsung juga akan menjadi bagian dari pelatihan, di mana peserta akan diberi kesempatan untuk merancang strategi pemasaran mereka sendiri untuk produk GRS Roti. Mereka akan diajarkan tentang penggunaan alat pemasaran digital dan cara membuat konten yang menarik. Dengan melakukan praktik langsung, peserta akan lebih siap untuk menerapkan apa yang telah mereka pelajari dalam kegiatan sehari-hari di GRS Roti. Melalui metodologi ini, diharapkan pelatihan dapat memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kinerja GRS Roti di pasar.

HASIL

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung dilaksanakan pada hari Senin, Tanggal 30 Juni 2024 di Lapulu. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara menyampaikan materi dalam bentuk Praktek, dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab dan diskusi antara dosen pembimbing lapangan dan peserta. Kemudian diuraikan tentang langkah-langkah pembuatan GRS Roti Bandung.



Gambar 1. Tempat Pelatihan GRS Roti Bandung

Pelaksanaan pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung dibuka oleh Pemilik GRS Roti Bandung, Ibu Aisyah dan dihadiri oleh karyawan yang berjumlah 3 (tiga) orang sebagai pelaku usaha GRS Roti Bandung di Lapulu Kota Kendari. Narasumber dalam Kegiatan ini adalah Ibu Aisyah, S.E yang merupakan owner dari GRS Roti Bandung di Lapulu Kota Kendari. Dosen Pembimbing Lapangan yang memberikan penjelasan tentang materi kewirausahaan disampaikan oleh Bapak Herman Titop, S.E.,M.Si, dan materi tentang pemasaran digital disampaikan oleh Bapak Dr. Ir. Arsyad Jaenuddin, MM. Dari penyampaian kedua materi tersebut, selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab.



Gambar 2. Pembawaan materi oleh Narasumber

Respon Peserta Pelatihan

Pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung yang merupakan salah satu produk UMKM di Kota Kendari, berlangsung satu hari dari pukul 10.00 WITA sampai dengan 16.00 WITA. Kegiatan ini berjalan lancar dan santai, akan tetapi serius dalam praktik. Semua peserta sangat antusias dengan kegiatan ini. Mulai dari mahasiswa, dosen dan narasumber turun ke lapangan untuk melihat, menyaksikan dan mempraktikkan secara langsung bagaimana proses produksi pembuatan Roti Bandung.



Gambar 3. Reson aktif para peserta dan pemateri

Umpan Balik Peserta

Umpan balik merupakan bagian yang penting dari Kegiatan Pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung sebagai bahan dasar pengabdian. Tujuan umpan balik ini untuk mengetahui sejauh mana pemahaman serta penilaian peserta tentang materi pelatihan yang diberikan. Umpan balik akan digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pelaksana pengabdian untuk menyusun roadmap pengabdian berikut. Dalam sesi umpan balik ini, peserta diminta untuk menyampaikan masalah atau hambatan dalam melaksanakan praktek kewirausahaan dan Pemasaran Digital dengan metode Online, menggunakan HP melalui aplikasi terbaru seperti Jualan di IG, TikTok dan Facebook yang sesuai dengan zaman sekarang ini. Dengan demikian, para narasumber dapat memberikan solusi-solusi untuk memecahkan masalah yang dialami oleh para peserta.

Hal ini dilakukan untuk membiasakan peserta supaya berani tampil dan terbuka dalam menyampaikan apa yang ada dibenaknya dengan tetap memperhatikan etika akhlak. Ternyata sesuai harapan yaitu peserta memberikan respon yang positif, terlihat dari beberapa komentar peserta yang menyatakan bahwa materi yang diberikan memberikan manfaat, terlebih lagi Peningkatan Produksi dan Pengembangan Ikan Bandeng Presto dapat dipackaging dengan kemasan yang menarik. Dengan demikian, dapat membangun semangat untuk memajukan usaha dan keluarga.

Evaluasi pelatihan merupakan langkah penting untuk mengukur efektivitas program yang telah dilaksanakan. Setelah pelatihan selesai, peserta akan diminta untuk mengisi kuesioner evaluasi yang mencakup berbagai aspek, seperti materi yang disampaikan, metode pengajaran, dan relevansi pelatihan terhadap kebutuhan mereka. Data dari kuesioner ini akan dianalisis untuk mengetahui tingkat kepuasan peserta dan area yang perlu diperbaiki di masa depan. Menurut penelitian oleh Kirkpatrick (1994), evaluasi yang sistematis dapat membantu dalam meningkatkan kualitas pelatihan di masa mendatang.

Selain kuesioner, akan dilakukan wawancara mendalam dengan beberapa peserta untuk mendapatkan umpan balik yang lebih komprehensif. Melalui wawancara ini, diharapkan peserta dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam mengenai pengalaman mereka selama pelatihan. Informasi ini akan sangat berharga untuk merancang program pelatihan yang lebih baik di masa depan. Dengan mendengarkan langsung dari peserta, penyelenggara pelatihan dapat memahami apa yang berhasil dan apa yang tidak.

Setelah evaluasi, tindak lanjut juga akan menjadi bagian penting dari program ini. Penyelenggara pelatihan akan memberikan dukungan tambahan bagi peserta dalam menerapkan ilmu yang telah mereka pelajari. Ini bisa berupa sesi mentoring, di mana peserta dapat berkonsultasi dengan narasumber mengenai tantangan yang mereka hadapi di lapangan. Dukungan ini sangat penting, terutama bagi UMKM yang mungkin belum memiliki pengalaman dalam menerapkan strategi manajemen dan pemasaran yang baru.

Selain itu, penyelenggara pelatihan juga akan membentuk kelompok diskusi online bagi peserta untuk saling berbagi pengalaman dan strategi yang telah mereka terapkan setelah pelatihan. Dengan adanya komunitas ini, peserta dapat terus belajar dari satu sama lain dan saling

memberikan dukungan. Penelitian menunjukkan bahwa komunitas belajar dapat meningkatkan motivasi dan keberlanjutan pembelajaran (Wenger, 1998).

Dengan melakukan evaluasi dan tindak lanjut yang baik, diharapkan hasil dari pelatihan manajemen dan pemasaran ini dapat berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi GRS Roti dalam jangka panjang. Melalui proses ini, GRS Roti tidak hanya akan mampu meningkatkan kinerja mereka, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan UMKM di Bandung secara keseluruhan.

Proses Pembuatan Roti Bandung

Adapun langkah-langkah Pembuatan Roti Bandung adalah sebagai berikut:

Bahan Utama:

- 500 gram tepung terigu protein tinggi
- 100 gram gula pasir
- 50 gram susu bubuk
- 11 gram ragi instan
- 2 butir kuning telur
- 250 ml susu cair hangat
- 50 gram mentega
- 1/2 sdt garam

Langkah-langkah:

1. Campur Bahan Kering:

Campurkan tepung terigu, gula pasir, susu bubuk, dan ragi instan dalam mangkuk besar. Aduk hingga merata.

2. Tambahkan Bahan Basah:

Masukkan kuning telur dan susu cair hangat secara bertahap sambil diuleni hingga adonan menyatu.

3. Masukkan Mentega dan Garam:

Tambahkan mentega dan garam ke dalam adonan. Uleni kembali hingga adonan elastis dan tidak lengket. Proses ini membutuhkan waktu sekitar 10–15 menit (gunakan mixer jika tersedia).

4. Fermentasi Pertama:

Tutup adonan dengan kain bersih dan biarkan mengembang selama 45 menit hingga 1 jam di tempat hangat, atau hingga volumenya dua kali lipat.

5. Bentuk Adonan:

Kempiskan adonan untuk mengeluarkan udara. Bentuk adonan sesuai dengan kebutuhan, misalnya menjadi bulatan atau ditempatkan dalam loyang.

6. Fermentasi Kedua:

Biarkan adonan yang telah dibentuk mengembang kembali selama 30–45 menit.

7. Panggang:

Panggang adonan di oven yang sudah dipanaskan sebelumnya pada suhu 180°C selama 20–25 menit atau hingga matang dan berwarna keemasan.

8. Dinginkan dan Sajikan:

Setelah matang, keluarkan roti dari oven dan dinginkan sebelum disajikan.



Gambar 4. Pembuatan GRS Roti Bandung

SIMPULAN

Kesimpulan dari pelatihan manajemen dan pemasaran UMKM di GRS Roti Bandung menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen dan pemasaran, pemilik dan karyawan GRS Roti diharapkan dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan efektif.

Copyright @ Mariani, Lucia Evianti Patulak, Ridha Taurisma Lajaria, Wa Ode Dien Indalestari, Ifin Naim, Herman Titop, I Wayan Sudarsana, Arsyad Jaenuddin, Nur Aisyah, Muh. Fahri, Ghalib Suprianto, Wa Ode Nursaadha Rajuddin

Selain itu, pelatihan ini juga memberikan wawasan mengenai pentingnya inovasi dan penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, yang merupakan kunci untuk menarik perhatian konsumen di era yang semakin kompetitif ini.

pelatihan yang interaktif dan aplikatif, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam operasional sehari-hari. Dengan adanya evaluasi dan tindak lanjut, diharapkan hasil dari pelatihan ini dapat berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi GRS Roti dalam jangka panjang. Dukungan setelah pelatihan, seperti mentoring dan pembentukan komunitas belajar, akan membantu peserta untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Dengan demikian, pelatihan manajemen dan pemasaran ini bukan hanya sekadar kegiatan pelatihan, tetapi merupakan investasi untuk masa depan GRS Roti dan UMKM lainnya di Bandung. Dengan pelatihan yang tepat dan dukungan yang berkelanjutan, GRS Roti dapat berkembang menjadi salah satu pelaku usaha yang kompetitif dan berkontribusi pada perekonomian lokal. Melalui upaya bersama ini, diharapkan UMKM di Bandung dapat tumbuh dan berkembang, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Rektor dan LPPM UNSULTRA yang telah membantu kami dalam mereview laporan kegiatan kemandirian masyarakat ini. Tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Pemilik dan Pelaku UMKM GRS. Roti Bandung serta karyawannya yang telah bersedia menjadi mitra dan berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan kemandirian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2022). Laporan Survei Internet APJII 2022. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- BPS. (2022). Statistik UMKM 2022. Badan Pusat Statistik.
- HubSpot. (2021). State of Marketing Report 2021. HubSpot.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1994). Cooperative Learning: Methods and Strategies. Edina, MN: Interaction Book Company.
- Kemenkop UKM. (2021). Data dan Informasi Koperasi dan UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kirkpatrick, D. L. (1994). Evaluating Training Programs: The Four Levels. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Nielsen. (2021). Global Consumer Insights. Nielsen.
- UI. (2020). Penelitian tentang Manajemen UMKM. Universitas Indonesia.
- Wenger, E. (1998). Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity. Cambridge: Cambridge University Press.