

## STRATEGI MARKETING PADA UMKM BAKPIA WONG JOGJA

Nur Muhammad Azka<sup>1</sup>, Setya Pramono<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Bisnis Syaria'ah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Putera Bangsa Tegal

Email: [nurmuhammadazka@gmail.com](mailto:nurmuhammadazka@gmail.com)<sup>1</sup>, [setyapramono539@gmail.com](mailto:setyapramono539@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) merupakan mata kuliah yang bertujuan memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam menerapkan teori yang telah dipelajari, khususnya di bidang manajemen bisnis. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Bakpia Wong Jogja, sebuah usaha oleh-oleh khas Yogyakarta yang telah berkembang pesat sejak didirikan pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Bakpia Wong Jogja, termasuk pengembangan produk, penggunaan teknologi informasi, dan perencanaan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi langsung dan wawancara untuk mendapatkan gambaran rinci mengenai proses produksi, distribusi, dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang inovatif, seperti pengembangan varian rasa, kemasan menarik, serta pemanfaatan platform digital, berhasil meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang ketat. Kesimpulannya, integrasi antara inovasi produk dan pemanfaatan teknologi informasi menjadi kunci keberhasilan Bakpia Wong Jogja dalam mempertahankan citra sebagai pusat oleh-oleh khas Yogyakarta.

**Kata Kunci:** strategi pemasaran, UMKM, bakpia, inovasi produk, teknologi informasi

### ABSTRACT

Field Work Practice (KKL) is a course designed to provide students with practical experience in applying theoretical knowledge, particularly in business management. This study was conducted at Bakpia Wong Jogja, a rapidly growing souvenir business in Yogyakarta, established in 2018. The study aims to analyze the marketing strategies implemented by Bakpia Wong Jogja, including product development, the use of information technology, and business planning. The research method employed direct observation and interviews to obtain detailed insights into production, distribution, and marketing processes. The findings reveal that innovative marketing strategies, such as developing new flavors, attractive packaging, and leveraging digital platforms, have successfully enhanced competitiveness amidst tight market competition. In conclusion, the integration of product innovation and the utilization of information technology are key to Bakpia Wong Jogja's success in maintaining its reputation as a leading souvenir center in Yogyakarta.

**Keywords:** marketing strategy, SME, bakpia, product innovation, information technology

### Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no  
871.801.819

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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) adalah mata kuliah praktikum bidang ilmu yang dilakukan secara langsung di institusi yang relevan dengan bidang ilmu yang dilaksanakan mahasiswa untuk mengunjungi dan melihat proses produksi di industri terkait untuk belajar praktis sesuai dengan kompetensi program studi. Kuliah Kerja Lapangan merupakan mata kuliah berbobot 3 SKS, yang merupakan bagian integral kurikulum dan program intrakurikuler yang wajib ditempuh oleh mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan, khusus jenjang Sarjana (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Putera Bangsa Tegal Jawa Tengah. Oleh karena itu, setiap mahasiswa yang belum melakukan kegiatan ini, secara administrasi dan akademis belum diakui memenuhi kualifikasi sebagai output dan outcome mahasiswa STIES Putera Bangsa Tegal Jawa Tengah.

Kompetensi utama lulusan STIES Putera Bangsa Tegal adalah menjadi Akademisi, Peneliti, Konsultan, Praktisi Akuntansi yang Kompeten, Terampil dan enterpreneur muslim yang kreatif, inovatif serta profesional. Untuk memiliki kompetensi tersebut seorang akademisi dan praktisi harus meningkatkan kualitas dirinya secara terus menerus melalui usaha pendidikan dan pelatihan, serta menggali pengalaman yang diperoleh dari kegiatan KKL di berbagai lokasi usaha dan lembaga pendidikan yang telah menunjukkan keunggulan dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk membentuk 2 jiwa enterpreneur mahasiswa dan meningkatkan pengetahuan dalam dunia pendidikan beserta kebijakan-kebijakan pemerintah dalam pembangunan Indonesia serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kuliah Kerja Lapangan dilaksanakan dengan perpaduan metode observasi dan praktek lapangan dengan pelaporan di akhir perkuliahan dan dilakukan oleh mahasiswa secara langsung pada perusahaan/institusi yang menjadi obyek dalam pembuatan laporan Kuliah Kerja Lapangan.

### 1.2 Tujuan dan Manfaat Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

#### 1) Tujuan Kuliah Kerja Lapangan Bakpia Wong

Adapun tujuan dilakukannya Kuliah Kerja Lapangan yang bertempat di Bakpia Wong adalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa dapat langsung menerapkan teori yang dipelajari terkait dengan manajemen produksi, pemasaran, keuangan dan sumber daya manusia dalam bisnis.
2. Mahasiswa akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang seluruh proses produksi bakpia, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan dan distribusi.
3. Mahasiswa dapat menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bakpia Wong baik secara tradisional maupun secara modern.
4. Kesempatan pada mahasiswa untuk mengembangkan soft skill dalam dunia pekerjaan seperti komunikasi, kerja tim dan problem solving.

#### 2) Manfaat Kuliah Kerja Lapangan Bakpia Wong

Adapun manfaat dilakukannya Kuliah Kerja Lapangan yang bertempat di Bakpia Wong adalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa akan mendapatkan pemahaman mendalam terkait industri kuliner bakpia.
  2. Mahasiswa dapat menerapkan teori manajemen dalam konteks bisnis.
  3. Mahasiswa dapat mempersiapkan diri untuk terjun dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
  4. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dari program Kuliah Kerja Lapangan.
- 1) Prosedur dan Pelaksanaan KKL
1. Tahapan Persiapan
    - a. Tahap pendaftaran Kuliah Kerja Lapangan dilakukan dengan pengisian formulir yang dilaksanakan pada setiap awal semester bersamaan dengan pengisian KRS untuk mata kuliah klasikal.
    - b. Pengajuan permohonan kepada Ketua Program Studi STIES Putra Bangsa Tegal Jawa Tengah setelah melalui pembimbingan dengan Dosen Pembimbing Akademik.
  2. Tahap Pelaksanaan  
Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan dilakukan oleh masing-masing mahasiswa dengan didampingi oleh Dosen Pembimbing KKL berdasarkan ketentuan dari Program Studi.
    - a. Mahasiswa melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di institusi yang telah disetujui.
    - b. Mahasiswa mengisi KRS dengan memasukkan mata kuliah KKL wajib diikuti dengan bobot 1 SKS serta mengetahui Dosen Pendamping KKL
    - c. Mengisi Kartu bimbingan penulisan laporan dengan minimal sebanyak 2 kali pertemuan dengan Dosen Pembimbing.

## PEMBAHASAN

### 2.1 Gambaran Umum Perusahaan

#### 2.1.1 Data Perusahaan

Sebagai store Bakpia terbesar di Indonesia, Bakpia Wong Keraton memiliki konsep "One Stop Shopping Experience" telah menjadi pilihan utama tempat oleh-oleh khas Jogja. Bakpia Wong Keraton didirikan pada awal tahun 2018 oleh Bapak Teddy Wijaya bersama seorang rekannya Muhammad Ibrahim atau yang sering kita kenal Baim Wong untuk membangun sebuah toko oleh-oleh di Jogja. Bakpia Wong Keraton sendiri hadir menambah daftar toko oleh-oleh bakpia yang ada di kota Yogyakarta.

Fasilitas yang dimiliki oleh Bakpia Wong Keraton diatas lahan seluas 3000 m adalah sebagai berikut.

- a. Outlet yang menjual berbagai macam oleh-oleh khas jogja dan sekitarnya, Batik, dan berbagai macam pernak-pernik.
- b. Edukasi pembuatan bakpia
- c. Parkiran yang luas
- d. Area bermain anak-anak
- e. Foodcourt
- f. Mushola

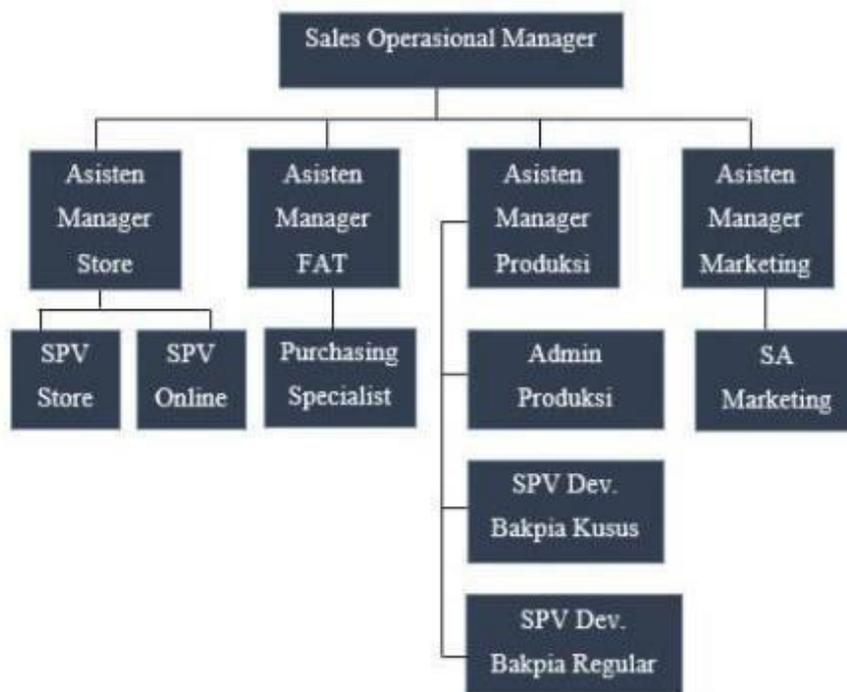
Terdapat tiga jenis produk bakpia dalam Bakpia Wong Keraton yakni Bakpia Regular, Bakpia Premium dan Bakpia Kukus, dengan cita rasa khas Jogja dan dikemas dengan kemasan yang eksklusif. Bakpia regular memiliki 8 varian rasa, yaitu : Kacang

hijau, Kumbu ireng, Coklat, Keju, Susu, Durian, Matcha dan Oreo. Bakpia reguler dijual dengan harga Rp. 33.000,-/box untuk kemasan isi 10 dan Rp. 45.000,-/box untuk kemasan isi 15. Bakpia premium memiliki 3 varian rasa, yaitu : Choco almond, Choco hazelnut dan Lychee berry. Bakpia premium dijual dengan harga Rp. 65.000,-/box isi 15. Bakpia Kukus Pikkacu memiliki 2 varian rasa, yaitu : Coklat dan Keju. Bakpia Kukus Pikkacu dijual dengan harga Rp. 42.000,-/box untuk kemasan Travel Pack dan Rp. 43.000,-/box untuk kemasan reguler box.

## 2.1.2 Biodata Pemilik Bakpia Wong Jogja

Nama Asli : Muhammad Ibrahim  
Tanggal Lahir : 27 April 1981  
Lahir di : Jakarta, Indonesia  
Tinggi Badan : 178  
Pekerjaan : Pemeran, creator konten, pengusaha, penulis  
Ayah : Johni Wong  
Ibu : Kartini Marta Atmadja (m. 06-Mar-20, diabetes)  
Pendidikan : -Lulus dari SMP Waringin, Jakarta Pusat  
-Pernah sekolah di SMU Negeri 3, Jakarta  
-Pernah kuliah jurusan manajemen di Atmajaya University, Jakarta

## 2.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Bakpia Wong Jogja  
Sumber: Bakpia Wong Jogja

Rincian Struktur Organisasi di Bakpia Wong Jogja adalah sebagai berikut. :

### 1. Sales Operasional Manager

Sales Operasional Manager adalah cara mengelola sales yang meliputi urusan perencanaan, penyusunan strategi dan target, implementasi, pengendalian sampai dengan evaluasi.

2. Assistant Manager Store  
Assistant manager store adalah seseorang yang bertanggung jawab untuk menjaga agar operasional store berjalan maksimal dengan membuat jadwal kerja, penugasan karyawan & menindak lanjuti hasil kerja. Menjaga hasil kerja staf store dengan melatih, menasihati & mendisiplinkan karyawan (merencanakan, memantau & menilai hasil pekerjaan).
3. Assistant Manager FAT (Finance Accounting Tax)  
Assistant Manager FAT (Finance Accounting Tax) bisa diartikan sebagai satu posisi dalam perusahaan yang bertugas menangani penghitungan keuangan perusahaan dan pajak yang menjadi tanggung jawab dari perusahaan.
4. Assistant Manager Produksi  
Assistant Manager Produksi adalah seseorang yang memiliki tugas untuk mengembangkan kompetensi karyawan, membantu memberikan dukungan, mengelola keseluruhan sistem, mengawasi sistem keuangan, memantau biaya operasional, anggaran, dan sumber daya.
5. Assistant Manager Marketing  
Assistant Manager Marketing yaitu membantu tugas manajer dalam mengawasi kegiatan marketing. Bertanggung jawab atas kinerja marketing. Memberikan pengarahan dan pengetahuan produk kepada marketing.
6. PPIC ( Production Planning and Inventory Control ) Specialist  
PPIC kepanjangan dari Production Planning and Inventory Control, yang artinya adalah pekerjaan untuk mempersiapkan proses manufaktur dan mengelola stok persediaan bahan baku hingga akhirnya diproduksi menjadi barang jadi.
7. Supervisor Store  
Adalah orang yang memastikan konsumen mendapatkan pelayanan dengan baik, memberikan arahan untuk mencapai target penjualan, dan melakukan beberapa promosi.
8. Supervisor Online  
Adalah melakukan monitoring dan instruksi kerja, pengawasan terhadap staf dan karyawan, bertanggung jawab dalam pelaksanaan Keselamatan dan Kesehatan Kerja di perusahaan, serta memastikan semua proses dan kegiatan usaha telah berjalan sesuai dengan peraturan dan Standar Operasional Perusahaan yang ditetapkan.
9. Purchasing Specialist  
Adalah sebuah posisi dalam perusahaan yang bertugas untuk membeli barang atau jasa dari pihak ketiga. Tugas nya yaitu memastikan kebutuhan perusahaan yang harus dibeli, memastikan bahwa barang tiba dengan kondisi baik, memastikan pembayaran tepat waktu, dan menjaga hubungan baik dengan vendor.
10. Admin Produksi  
Adalah membantu pekerjaan departemen atau divisi produksi dalam segi administratif. Seorang staf admin produksi akan bertanggung jawab dalam mengolah data dari pra produksi yaitu dari bahan baku, produksi hingga barang yang sudah jadi dan siap untuk dikirim ke konsumen.
11. Sales Associate Marketing  
Adalah membantu para pelanggan dalam menemukan produk atau layanan yang tepat untuk mereka.

## 12. Supervisor Development

Adalah jabatan dalam sistem perusahaan yang punya kewenangan untuk menyampaikan perintah dan instruksi kepada karyawan lain yang ada di bawah kendalinya. Tugas nya yaitu memberikan deskripsi kerja dengan baik kepada tim, memberikan arahan kepada tim, dan melakukan pengawasan serta evaluasi kepada tim.

## 2.2 Aspek Pemasaran

### 2.2.1 Produk/ Jasa yang Dihasilkan

Produk yang dihasilkan adalah Bakpia yang dikenal sebagai oleh-oleh khas Yogyakarta oleh wisatawan baik domestic maupun mancanegara.

### 2.2.2 Target atau Segmen Pasar yang Dituju

Target pasar yang dituju adalah para wisatawan yang berkunjung ke kota Yogyakarta.

### 2.2.3 Trend Perkembangan Pasar

Trend perkembangan pasar bakpia wong dalam beberapa tahun terakhir dilihat dari persaingan semakin ketat, peningkatan minat konsumen terhadap produk lokal, pergeseran preferensi konsumen, pemanfaatan teknologi digital, dan segmentasi pasar yang lebih halus.

### 2.2.4 Proyeksi Penjualan

Proyeksi penjualan bakpia wong dilihat dari peluang di tengah persaingan karena beberapa faktor seperti persaingan, inovasi produk, kualitas produk, pemasaran, tren konsumen, kondisi ekonomi. Dari segi proyeksi potensial dilihat dari pertumbuhan stabilitas perusahaan, peningkatan penjualan online, pengembangan pasar baru, dan segmentasi pasar.

### 2.2.5 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bakpia Wong adalah menciptakan varian rasa yang baru dan menarik disertai dengan kemasan yang menarik, disertai dengan meningkatkan pemasaran di media sosial dan *e-commerce*.

### 2.2.6 Aspek Pesaing

Aspek pesaing dapat dilihat pesaing langsung yakni perusahaan lain yang memproduksi bakpia dengan target pasar yang sama dan pesaing tidak langsung yang berasal dari produk lain.

### 2.2.7 Saluran Distribusi

Saluran distribusi Bakpia Wong dapat berupa di supermarket dan minimarket dengan trik promosi khusus. Selain itu saluran distribusi dilakukan di *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, dan lain-lain.

## 2.3. Aspek Operasi dan Produksi

### 2.3.1. Proses Produksi

1. Persiapan bahan baku berkualitas yang terdiri dari bahan baku utama seperti tepung terigu, gula, margin, telur, dan kacang hijau yang dicampur sesuai dengan resep.
2. Pembuatan adonan kulit yang terdiri dari tepung terigu, margarin, dan telur yang diaduk hingga tercampur rata kemudian diistirahatkan.
3. Pembuatan isi yang terdiri dari pengolahan kacang hijau dan pembuatan isian.
4. Pembentukan bakpia yang terdiri dari penggilingan adonan, pembungkusan isi, pembentukan bentuk bakpia.
5. Pemanggangan yang terdiri pemanasan oven dan pemanggangan.
6. Pendinginan dan Pengemasan.

### 2.3.2. Bahan Baku dan Penggunaannya

Adapun bahan baku dalam pembuatan Bakpia Wong adalah sebagai berikut.

1. Tepung Terigu  
Tepung terigu berfungsi bahan dasar pembentuk kulit bakpia yang biasanya menggunakan tepung terigu protein sedang agar menghasilkan kulit yang tidak terlalu keras atau lembek.
2. Kacang Hijau  
Kacang hijau digunakan sebagai isian utama bakpia yang memberikan rasa manis dan sedikit gurih.
3. Gula  
Gula berfungsi untuk memberikan rasa manis pada bakpia.
4. Margarin atau mentega  
Berfungsi memberikan rasa gurih dan membuat bakpia menjadi lebih renyah.
5. Telur  
Telur memiliki fungsi untuk pengikat adonan kulit dan memberikan warna kuning pada kulit bakpia.

### 2.3.3 Rencana Pengembangan Produksi

Rencana pengembangan produksi dilihat dari pasar yang terus berkembang. Peningkatan kapasitas produksi dilihat dari penambahan fasilitas produksi, optimalisasi penggunaan mesin dan efisiensi proses produksi. Peningkatan kualitas produk dilihat dari standarisasi proses produksi, kontrol kualitas dan inovasi resep.

### 2.3.4 Rencana Peningkatan Volume Penjualan, dll

Dalam rencana peningkatan volume penjualan Bakpia Wong dapat dilakukan dengan visibilitas merek yang terdiri dari pemasaran digital, kerja sama dengan influencer, event dan promosi. Peningkatan volume penjualan dengan pengembangan produk seperti varian rasa baru, kemasan yang menarik, ukuran yang fleksibel dan produk turunan. Peningkatan saluran distribusi dengan ekspansi outlet, kerjasama, *ecommerce* dan distribusi modern juga termasuk ke dalam rencana peningkatan volume penjualan.

## 2.4 Aspek Sumber Daya Manusia

### 2.4.1. Aspek Kompetensi SDM

Kompetensi SDM terdiri kompetensi teknis yang terdiri pengetahuan tentang produk, keterampilan produksi, penggunaan mesin, pengendalian kualitas, keamanan pangan, kompetensi manajerial yang terdiri perencanaan produksi, pengelolaan tim, pengambil keputusan, pemecahan masalah, kompetensi interpersonal seperti komunikasi, kerjasama tim, orientasi pelanggan. Beberapa upaya pengembangan kompetensi SDM seperti pelatihan, mentoring, evaluasi kinerja dan program karir.

### 2.4.2. Aspek Kebutuhan dan Pengembangan SDM

Dalam aspek kebutuhan dan pengembangan SDM dibutuhkan keterampilan teknis yang terdiri dari produksi, pengoperasian mesin, kontrol kualitas dan keamanan pangan. Pengembangan SDM juga dilakukan dengan melakukan pelatihan produksi, keamanan pangan dan penggunaan mesin.

### 2.4.3 Rencana Kebutuhan Pengembangan SDM

Pada rencana pengembangan SDM dilakukan identifikasi kebutuhan pelatihan yang terdiri dari survey kebutuhan, evaluasi kerja, analisis jabatan. Penyusunan program

pelatihan yang terdiri dari pelatihan produksi, keamanan pangan, dan penggunaan mesin. Pengembangan SDM juga diperlukan evaluasi dalam program untuk mengukur efektivitasnya.

## 2.5 Pemanfaatan Teknologi Informasi

### 2.5.1 Rencana Pemanfaatan Teknologi Informasi

Dalam rencana pemanfaatan teknologi informasi pada Bakpia Wong Joga memanfaatkan *e-commerce* atau platform penjualan online untuk memperluas pasar penjualan. Selain itu dengan penggunaan sistem pembayaran melalui online seperti *m-banking* atau *qris*. Website resmi dan sosial media juga digunakan dalam rangka pemanfaatan teknologi informasi pada Bakpia Wong Joga.

### 2.5.2. Peralatan dan Sistem yang Sudah Dimiliki

Bakpia Wong Joga sudah memiliki rangkaian peralatan dan sistem dalam rangka pemanfaatan teknologi informasi untuk memajukan sistem penjualan. Seperti digunakannya sistem pembayaran nontunai baik melalui ATM, *m-banking* maupun *qris* dan adanya penjualan secara online untuk mempermudah target pasar yang cakupannya diluar daerah.

### 2.5.3. Tahapan Pengembangan Teknologi Informasi

Tahapan pengembangan teknologi informasi pada Bakpia Wong Joga adalah terkait analisis kebutuhan yang terdiri dari identifikasi, pemetaan proses bisnis, dan evaluasi serya dengan perancangan sistem dan pengembangan sistem tersebut.

## 2.6 Rencana Pengembangan Usaha

### 2.6.1 Rencana Pengembangan Usaha

Bakpia Wong Joga melakukan rencana pengembangan usaha dengan memperluas target pasar melalui penjualan online dan membuka outlie baru di setiap daerah serta dengan menambahkan varian rasa yang baru dan menarik untuk menciptakan branding terbarunya.

### 2.6.2 Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam tahapan pengembangan usaha Bakpia Wong Joga melakukan analisis pasar dan SWOT serta pematangan dalam perencanaan pemasaran. Hal tersebut diharapkan mampu mempermudah dilakukannya tahapan pengembangan usaha. Selain itu pengembangan produk juga ditekankan dari segi peningkatan kualitas dan standarisasi produk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 3.1 Kesimpulan

Dari rangkaian kegiatan Kuliah Kerja Lapangan yang dilakukan di Bakpia Wong Joga dari tanggal tanggal 15 Agustus - 17 Agustus 2024 bahwa produk Bakpia Wong Joga memiliki sistem usaha dari mulai rencana pengembangan hingga pemasarannya yang terstruktur dengan baik. penggunaan bahan-bahan yang berkualitas untuk menciptakan cita rasa yang baik dan menarik bagi konsumen serta dengan trik marketing atau pemasaran yang mampu mempertahankan nilai branding sebagai produk makanan tradisional yang semakin banyak pesaingnya.

Pemanfaatan teknologi juga sudah nampak dilakukan dalma produk Bakpia Wong Joga tersebut dalam rangka modernisasi dan penyesuaian dengan perkembangan zaman.

## 3.2 Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan adalah dalam hal pengembangan produk usaha diharapkan mampu dipertahankan dan lebih dikembangkan mengingat pesaing produk yang sama sudah mulai ada. Sehingga Bakpia Wong Jogja harus mampu mempertahankan citranya sebagai pusat oleh-oleh khas Jogja yang dikenal masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

<https://www.bakpiawongkeraton.com/> Diakses pada hari Rabu, 17 September 2024, Pukul 14.50 WIB