

Strategi Toko Kue Ajm Cake Di Rote Dalam Meningkatkan Pendapatan

Tri Wahyuni Indah Permata¹, Aprilmus Jefian Malelak²

^{1,2} Akademi Kuliner Monas Pasifik Surabaya

Korespondensi Penulis: triwahyuniindahpermata@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan pendapatan pada toko kue ajm cake selama tahun 2022, kurangnya strategi yang dimiliki pada toko kuejm cake dan jumlah konsumen yang semakin menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan Usaha toko kue ajm cake menganalisis solusi yang tepat untuk meningkatkan penjualan roti pada Usaha Kue Toko ajm cake . Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Instrument pengumpulan data menggunakan pedoman wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Teknik analisis data menggunakan data condensation, data display, dan conclusion drawing/verification. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk pada usaha Kue Toko ajm cake berbentuk balok, bulat, lonjong, segitiga, kotak, sedangkan kesitimewaan produk pada Toko Kue ajm cake belum memiliki keistimewaan. Harga yang ditentukan pada Toko Kue ajm cake relatif mahal dibandingkan dengan toko kue yang lainnya. Tempat pada usaha Toko Kue ajm cake dapat dikatakan cukup startegis dan memudahkan konsumen dari wilayah mana pun untuk menjangkau toko ini, karena Toko Kue ajm cake berada tepat di depan jalan raya utama. Promosi promosi yang dilakukan oleh Toko Kue ajm cake hanya menggunakan spanduk yang dipasang di depan toko sebagai media promosinya.

Kata kunci: Strategi, Pendapatan, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

This research is motivated by the decline in income at AJM Bakery's cake shop during 2022, the lack of strategies owned by AJM Bakery's cake shop and the decreasing number of consumers. This study aims to describe the strategy of increasing revenue for the AJM Bakery Shop Cake Business Solution to increase bread sales at the Shinta Bakery Shop Cake Business dur The research method used is descriptive qualitative. The data collection instrument used interview and documentation guidelines. Test the validity of the data using source triangulation and technical triangulation. The data analysis technique uses condensation data, display data, and conclusion drawing/verification. The results showed that the products in the Cake Shop AJM Bakery business were in the form of blocks, rounds, ovals, triangles, squares, while the product features at the AJM Bakery Cake Shops did not have special features. The prices set at the AJM Bakery Cake Shop are relatively expensive compared to other cake shops. The location of the AJM Bakery Cake Shop business can be said to be quite strategic and makes it easy for consumers from any region to reach this store, because the AJM Bakery Cake Shop is right in front of the main highway. Promotional promotions carried out by the AJM Bakery Cake Shop only use banners installed in front of the store as a promotional medium.

Keywords: Strategy, Revenue, Marketing

Informasi Artikel: Submit: 17-06-2023 Revisi: 13-07-2023 Diterima: 08-08-2023



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Keberlangsungan suatu perusahaan diharuskan untuk bersaing dengan perusahaan lain yang bisa menyesuaikan dengan perubahan kondisi yang terjadi sekarang ini. Dengan menjadikan persaingan, perusahaan tidak hanya memberatkan pada kelancaran produksi saja, lain halnya melihat juga strategi dalam memasarkan produksi dari perusahaannya. Pemasaran dalam perusahaan dapat diartikan sebagai faktor yang penting dan menentukan kelangsungan hidup bagi perusahaan, karena ketidak beruntungan dalam memasarkan barang akan mengakibatkan fatal bagi perusahaan itu sendiri. Umumnya pada perusahaan untuk menjalankan kegiatan usaha harus memiliki kemauan untuk produknya bisa terjual seperti yang diinginkan.

Pemasaran merupakan kegiatan perencanaan pemasaran guna mencapai tujuan perusahaan yaitu tercapainya kepuasan pelanggan. Kegiatan yang dilakukan perusahaan salah satunya, mengiklankan suatu produk atau pelayanan yang mereka punya. Pemasaran juga mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Selain itu, apabila keinginan konsumen terpenuhi dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, maka akan tercapainya target perusahaan dimana perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli serta memperoleh keuntungan. Dalam mekanisme pasar, salah satu faktor yang mempengaruhi hasil penjualan yaitu strategi pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi).

Strategi pemasaran terdapat peranan untuk suatu usaha yang bekerja dalam sistem pasar persaingan yang kuat. Ketepatan strategi pemasaran dapat menentukan keberhasilan untuk mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Gambaran strategi pemasaran yang baik dan jelas memberikan pengetahuan apa yang harus dilakukan perusahaan untuk menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran pasar. Agar bisa bertahan pada dunia bisnis dengan kondisi persaingan yang kuat, suatu perusahaan dituntut bisa menguasai pasar dengan menggunakan produk yang dihasilkan. Strategi pemasaran dapat tepat yaitu salah satu cara ampuh bagi perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan usaha. Dengan ini perlu adanya strategi pemasaran sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya (Suharno & Sulistiya, 2008: 24).

Toko kue ajm cake merupakan salah satu usaha kue yang berada di kota rote . toko kue ajm cake ini didirikan pada tahun 2021. Toko ajm cake ini menyediakan berbagai jenis kue dan roti bermacam varian serta menyediakan kue ulang tahun, bolu gulung, kue pengantin dan berbagai macam roti basah lainnya. Salah satu roti yang di produksi dari toko kue ajm cake ini yaitu roti gulung, roti donat, kue ulang tahun dll. Banyak macam kue yang berada di toko ajm cake roti yang banyak diminati oleh konsumen yaitu roti donat, roti brownis dan roti gulung. Sejak awal berdiri tahun 2021 toko kue ajam cake mendapatkan pendapatan yang

naik turun. Dilihat dari data penjualan usaha kue Shinta Bakery sebelum pandemi dan selama pandemi setahun terakhir ini sebagai berikut:

Tabel 1. Total Penjualan kue Tahun 2021-2022

2021		2022	
Bulan	Omset	Bulan	Omset
Januari	29.500.000	Januari	29.500.000
Februari	29.750.000	Februari	28.000.000
Maret	30.150.000	Maret	28.250.000
April	28.875.000	April	26.800.000
Mei	29.900.000	Mei	27.000.000
Juni	28.500.000	Juni	25.450.000
Juli	28.650.000	Juli	25.360.000
Agustus	30.150.000	Agustus	23.650.000
September	30.450.000	September	22.250.000
Oktober	29.650.000	Oktober	21.650.000
November	28.800.000	November	20.750.000
Desember	29.750.000	Desember	20.275.000
Jumlah	327.625.000	Jumlah	298.935.000

Sumber: observasi data tahun 2021 sampai 2022

Berdasarkan data hasil survey yang peneliti ketahui dari survey awal bahwa penjualan kue pada toko ajm cake pada tahun 2021 sampai tahun 2022 jumlah pendapatan tidak stabil dan cenderung mengalami penurunan. Bisa dilihat pada tabel diatas pada tahun 2021 toko kue ajm cake jumlah omset perbulan dari toko tersebut sangat besar dan jika dikalikan omset setahun pada tahun 2021 sebesar Rp.327.625.000, sedangkan pada tahun 2022 usaha toko kue ajm cake ini mengalami penurunan pada pendapatan tahun sebelumnya yaitu Rp.298.935.000. jika dilihat pada tahun 2019 hingga 2020 persentase penurunan mencapai Rp.28.690.000 setara dengan 11,41% dari pendapatan sebelumnya, hal ini yang menyebabkan toko mengalami kerugian.

Hasil dari wawancara kepada pemilik usaha toko kue ajm cake bahwa penurunan penjualan dialami karena adanya toko mengalami sepi pembeli, yang biasanya banyak konsumen membeli kue untuk acara besar seperti resepsi pernikahan, syukuran atau ulangtahun sedangkan untuk kondisi saat ini banyak konsumen yang tidak lagi memesan kue seperti dulu lagi karena pendapatan mereka yang tidak menentu. Maka dari itu akibat dari penurunan pada pendapatan toko kue ajm cake pemilik toko memiliki mengalami kerugian sebesar Rp.28.690.00 dari tahun sebelumnya dari situlah pemilik toko berfikir jika selain pengurangan pegawai pada toko kue ajm cake untuk mengurangi pengeluaran pada toko, pemilik juga membuat kue dengan bahan-bahan yang sudah dikurangi agar menghemat pengeluaran.

Terdapat strategi pada usaha toko kue ajm cake bagaimana dengan strategi tersebut toko kue ajm cake agar mengalami peningkatan pendapatan seperti dulu lagi seperti, pemilik

toko melakukan pemindahan lokasi yang sebelumnya berada di kota rote provinsi nusa tenggara timur, selain itu pemilik toko juga memasarkan kue yang dijual melalui sosial media yang sebagaimana mereka melayani dengan cara online dan mengatarkan pesanan tersebut kepada konsumen. Pemasaran online melalui media yaitu langkah tepat yang harus digunakan oleh para pelaku usaha (Suswanto & Setiawati, 2020; Gu, Han, & Wang, 2020). Maka dari itu strategi yang diterapkan oleh masing-masing pelaku usaha ini harus dilakukan secara optimal agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan di percaya oleh konsumen.

Tabel 2. Tabel strategi yang dimiliki oleh toko kue ajm cake

Strategi yang dimiliki
Memahami pangsa pasar
Menyebarkan brosur
Menentukan lokasi yang strategis
Membuat kemasan yang menarik
Menentukan harga sesuai pangsa pasar
Membuat akun sosial media

Sumber: observasi data tahun 2021 sampai 2022

Pada tabel 2 diatas dijelaskan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk ini yaitu melalui media elektronik dan sosial media dimana antara produsen dan konsumen tidak bertemu langsung pada satu tempat tetapi memiliki jangkauan pemasaran yang sangat luas (Ulya, 2020; Riyadi, Mahkota, & Suyadi, 2014; Kaplan, 2012). Perumusan strategi mencakup kegiatan visi dan misi suatu usaha, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, organisasi menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David, 2004). Hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh Bastian (2015), Jermias (2008), dan O'Brien (2003) dapat disimpulkan, bahwa pemanfaatan teknologi informasi melalui sosial media merupakan strategi yang sesuai untuk memasarkan hasil produksi tanpa batas dengan tetap memperhatikan neraca keuangan perusahaan.

Avriana (2020) penelitian yang telah dilakukan “Strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan usaha kue” hasil penelitian menunjukan usaha kue yang berada di Desa Rimba menggunakan sistem menerima pesanan dari pelanggan, jika semakin banyak pesanan yang diterima maka semakin tinggi pula pendapatan penjual. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan para pengusaha kue yang ada di Desa Rimba yang mempengaruhi pendapatan yaitu strategi harga dan produk. Berdasarkan uraian diatas kesimpulannya dengan harga yang terjangkau dan memberikan kualitas kue yang diproduksi

dengan bahan yang berkualitas maka dapat menumbuhkan lagi minat konsumen sehingga dengan meningkatnya penjualan kue dapat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha kue. Alasan saya menggunakan penelitian ini karena relevan dengan penelitian saya di bidang pemasaran dan untuk meningkatkan pendapatan, sehingga saya memilih untuk mengambil penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat tersebut lebih lanjut dan dapat dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul “Strategi Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Toko ajm cake di rote ”. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan Usaha Kue Toko ajm cake Menganalisis solusi yang tepat untuk meningkatkan penjualan toko kue ajm cake.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan metode penelitian fenomenologi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model Miles and Huberman (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini berisi uraian yang memberikan arti terhadap hasil penelitian ini. Adapun pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

Produk

Diferensi produk menurut Kotler dan Amstrong (2012:211) mencakup:

a. Bentuk

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Usaha Toko Kue ajm cake dapat disimpulkan bahwa Toko Kue ajm cake hanya menjual beberapa bentuk kue saja yang ready. Bentuk kue yang dijual pada Usaha Toko Kue ajm cake bermacam-macam seperti balok, bulat, lonjong, segitiga. Sedangkan untuk konsumen Toko Kue ajm cake bisa memesan kue dengan jumlah banyak sesuai keinginan dan request tetapi harus menunggu kurang lebih 2-3 hari tergantung jumlah pemesanan.



Gambar 1

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Kotler dan Amrstrong (2012), menyatakan keragaman bentuk merupakan kemampuan produk untuk menjadi pembeda dengan produk pesaing dalam bentuk, model, serta fisik dan unik. Hal ini sejalan dengan penelitian Irwansyah (2020) pada usaha Delima ini di lihat dari segi produksinya sudah mengalami suatu peningkatan yang saat ini di hasilkan dari awal memproduksi dari

Dua kue bolu saja seperti kue bolu gulung dan kue bolu lapis dan setelah berjalannya waktu ke waktu usaha Delima ini terus menerus menambah produknya seperti menambah bentuk variannya ialah Bolu gulung kecil, bolu gulung Mika, Bolu lapis Mika, Bolu Bundar Mika, Bolu lapis & gulung pandan, kue kering Delima.

b. Keistimewaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada Toko Kue ajm cake belum ada keistimewaan produk yang dijual. Pada Toko Kue ajm cake keistimewaan pada produk masih setara bisa dibilang belum mempunyai keistimewaan lebih karena toko hanya menjual beberapa bentuk macam kue saja dan pemilik toko dapat membuat bentuk kue berbagai bentuk tetapi harus melakukan pre-order minimal 2hari sbeelumnya. Untuk rasa kue yang di jual di Toko ajm cake yang selalu ready kurang bervariasi rasa dan jumlahnya sehingga konsumen kurang tertarik dan banyak konsumen jika membeli dapat memesan terlebih dahulu.

Pada usaha Toko Kue ajm cake belum memiliki keistimewaan produk yang diunggulkan, karena pada Toko Kue ajm cake ini hampir semua penjualan jenis produk merata maka dari itu Toko Kue ajm cake belum mempunyai keistimewaan pada suatu produknya. Seharusnya usaha Toko Kue ajm cake dalam menjalankan suatu usaha harus mempunyai keistimewaan atau ciri khas produk yang ditawarkan atau disajikan, keistimewaan tidak hanya terdapat bentuk kue tetapi keistimewaan juga bisa terdapat pada kualitas rasa dan pelayanan pada suatu usaha pada Toko Kue ajm cake.

Harga

Diferensi harga menurut Kotler (2007)

a. Harga yang ditentukan sesuai

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa Toko Kue ajm cake mengutamakan Kualitas Produk yang dijual. Salah satu kualitas porduk pada Usaha Toko kue ajm cake yaitu terdapat pada ciri khas dan kualitas bahan maka dari itu Toko kue ajm cake menentukan harga dengan pengeluaran bahan produksi yang sesuai agar tidak menyebabkan kerugian pada usaha yang dimilikinya. Harga yang ditawarkan oleh Toko Kue ajm cake setara dengan kualitas dan pelayanan yang diberikan untuk konsumen.

b. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan pesaing

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa Usaha Toko Kue ajm cake memberikan harga yang lebih tinggi daripada toko lain. Penyebab Toko Kue ajm cake memberikan harga tinggi karena Toko Kue ajm cake memberikan kualitas bahan baku yang terbaik dan sesuai dengan harga yang telah ditetapkan dan memberikan pelayanan yang lebih baik. Selain itu pelayanan yang diberikan pada Toko Kue ajm cake kepada konsumen sangat baik, konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

c. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa harga yang diberikan oleh Toko Kue ajm cake cukup mahal dibanding oleh kompetitor lain, hal ini disebabkan oleh bahan baku yang digunakan dan pelayanan yang diberikan Toko Kue ajm cake baik. Oleh karena itu wajar jika Toko Kue ajm cake memberikan harga yang sesuai dan sudah ditetapkan karena nilai kualitas barang yang diberikan sudah sesuai.

Tempat

Diferensi tempat menurut Tjiptono (dalam Kuswatiningsih, 2016:15)

a. Akses lokasi

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa letak pada Usaha Toko Kue ajm cake cukup strategis dan memudahkan konsumen dari wilayah sekitar untuk menjangkau toko tersebut. Letak Toko Kue ajm cake berada di kota rote provinsi nusa tenggara timur. Dengan ini maka dapat mempermudah konsumen untuk mengetahui keberadaan Toko kue ajm cake.



Gambar 3



Gambar 4

Lingkungan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa lingkungan sekitar sangat mendukung keberadaan Toko kue ajm cake. Lingkungan memiliki faktor penting keberlangsungan suatu usaha. Usaha toko kue ajm cake memiliki lingkungan yang baik sehingga mampu bertahan dan bersaing dengan toko lainnya.

Promosi

Diferensi promosi menurut Buchari (2006)

a. Iklan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa Usaha Toko Kue ajm cake tidak melakukan iklan promosi pada usahanya, karena menurut Toko Kue ajm cake sebagian orang sudah tau tentang usaha ini melalui orang ke orang. Dengan ini pemilik usaha Toko Kue ajm cake belum mempunyai ide promosi melalui iklan yang lebih lanjut untuk toko tersebut, karena menurut pemilik membutuhkan biaya lagi untuk membuat iklan promosi.

b. Media

Berdasarkan penelitian diatas diketahui bahwa Toko Kue Ajm Cake hanya melakukan Promosi melalui media Spanduk yang tertera didepan toko. Spanduk yang dipasang bertujuan untuk memberi informasi produk Toko Kue Ajm Cake bagi konsumen dan orang yang melewati Toko Kue ajm cake . Belum ada Inovasi promosi melalui media sosial atau media lainnya yang akan digunakan untuk promosi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Produk dengan melakukan kegiatan bentuk, pada Toko Kue ajm cake bentuk kue yang dijual beraneka ragam bentuk seperti balok, bulat, lonjong, segitiga, kotak. Pada usaha Toko Kue ajm cake ini belum mempunyai kesitimewaan pada suatu produk yang

diminati oleh konsumen, karena setiap konsumen yang membeli berbeda atau random saat membeli produk kue di Toko Kue ajm cake.

2. Harga, harga yang ditentukan oleh Toko Kue ajm cake relatif mahal dibandingkan dengan toko kue yang lainnya.
3. Tempat pada usaha Toko Kue ajm cake dapat dikatakan cukup strategis dan memudahkan konsumen dari wilayah mana pun untuk menjangkau toko ini, karena Toko Kue ajm cake berada tepat di depan jalan raya utama.
4. Promosi, promosi yang dilakukan oleh Toko Kue ajm cake hanya menggunakan spanduk yang dipasang di depan toko sebagai media promosinya.

DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

- Abdurrahman, S.E. (2018). Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia
- Anggriana, R., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online "OM-JEK" Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2).
- Arifin, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti Pada CV. Prima Sari Bakery Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Chaeriyantama, F., Mustika, M., & Dupri, M. D. (2021). Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode DLC. *Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI)*, 2(2), 154-165
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Imam, A. (2019). Strategi pemasaran produk kue rumahan dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat: studi kasus Desa Pagutan Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).

SAM, D. S., & Avriana, E. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Bertuah: Journal of Sharia and Islamic Economics*, 1(1).

Toko Kue AJM CAKE. (2022). Laporan keuangan pendapatan bulanan. Randublatung.

Waworuntu, M. I. G., Mingkid, E., & Himpong, M. D. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Esspecto Coffe Tondano Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(3).