

## Bauran Pemasaran Kue Bolu Di Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi

---

Rahma Fitri Zulvia<sup>1)</sup>, Indria Ukrita<sup>2)</sup>

Mahasiswa Program Studi Agribisnis<sup>1)</sup>, Dosen Program Studi Agribisnis<sup>2)</sup>  
Politeknik Pertanian Negeri payakumbuh Jl. Raya Negara KM.7 Tanjung Pati

Telp. (0752) 7754192

Email: [rahmazulvia1001@gmail.com](mailto:rahmazulvia1001@gmail.com)

### ABSTRAK

*Pemasaran merupakan faktor yang memiliki peranan penting bagi perkembangan usaha. Pemasaran sangat penting bagi perusahaan, apabila pemasaran berjalan optimal akan memberikan dampak yang baik terhadap penjualan. Pada toko kue ID CAKE sudah menerapkan bauran pemasaran tetapi ada beberapa fungsi pemasaran yang belum berjalan optimal oleh karena itu strategi dalam pemasaran sangat penting dan perlu diperbaiki dalam perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dari bulan Maret- Mei 2022 .di ID Cake Manggis Bukittinggi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Toko kue ID CAKE melakukan bauran pemasaran terhadap bauran produk kue bolu yaitu kue bolu dengan dua bentuk yaitu kue bolu bulat dan kue bolu balok dengan berbagai jenis rasa dan topping. Harga yang ditawarkan untuk bolu bulat Rp.60.000 per buah dan Rp.50.000 per buah untuk distribusi langsung dan tidak langsung. Sedangkan untuk kue bolu balok Rp.30.000 per buah dan Rp.25.000 per buah pemasaran langsung dan tidak langsung. Distribusi pemasaran langsung dilakukan di outlet sedangkan pemasaran tidak langsung melalui pengecer mini market, dan sanjai diberbagai daerah di Sumatera Barat seperti Bukittinggi, Payakumbuh, Pasaman, Padang Panjang, Maninjau. Promosi produk yang dilakukan dengan menggunakan Advertising personal selling melalui kelas bakking, event UMKM, dan juga direct marketing melalui media sosial Ig, Fb dan Wa, dan juga melakukan sales promotion melalui display di outlet. Toko kue ID Cake harus meningkatkan pelayanan konsumen lebih baik lagi untuk pemasaran online seperti Instagram dan juga meningkatkan manajemen usaha dalam memasarkan produk sehingga usaha yang dijalankan terencana dan lebih terkoordinir dan dapat berjalan sesuai yang diharapkan.*

**Kata Kunci :** *bauran pemasaran, kue bolu,*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis NIM 19253222034, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

<sup>2</sup> Staff Pengajar Program Studi Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

## PENDAHULUAN

Kue bolu merupakan kue yang sangat digemari masyarakat pada umumnya, kue bolu merupakan produk yang dihasilkan dari tepung terigu dengan penambahan bahan lain seperti margarin, telur, dan susu untuk menambah gizi yang diproses dengan pengukusan atau pengovenan. Bolu menjadi bagian kuliner yang meluas pada seni dan kebanggaan saat berkunjung ke suatu tempat atau disebut wisata kuliner, yang sering di buru wisatawan sehingga usaha bisnis bolu ini makin berkembang di Indonesia. Dalam perkembangannya, bolu tidak hanya dipanggang, tapi bisa dikukus, berbagai varian pun diciptakan untuk memenuhi keinginan pasar atau untuk mencoba pasar baru (Rakhmah,2012).

Di-era sekarang ini banyak sekali yang telah kita temui berbagai macam perkembangan usaha yang diikuti banyaknya perusahaan-perusahaan, Dan Industri-industri produk baru rumahan kekinian saat ini. Oleh karena itu strategi di dalam pemasaran merupakan suatu langkah yang paling utama bagi pemilik usaha, sebab di dalam strategi itulah suatu langkah perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Salah satu perusahaan yang melakukannya adalah Perusahaan ID CAKE. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang melakukan pengolahan kue dengan kegiatan yang dimulai dari produksi sampai kepada pemasaran produk, yang menghasilkan beragam jenis produk ada jenis kue kering, kue basah dan aneka jajanan pasar lainnya. Salah satu jenis kue basah yang diproduksi yaitu kue bolu, dari berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan, kue bolu merupakan produk dengan penjualan tertinggi. Yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Data penjualan di toko kue ID CAKE Januari-April 2022.

Produk	Januari (Rp)	Februari (Rp)	Maret (Rp)	April (Rp)
Kue bolu	26.491.000	31.056.000	41.000.000	190.000.000
Bolen	8.710.000	10.200.000	10.880.000	8.724.000
Cake catur	1.675.000	828.000	2.715.000	2.018.000
Brownies	5.215.000	4.567.000	7.684.800	15.560.000
Cake vanhouten	18.080.000	25.575.000	30.060.000	53.378.000

(Sumber: Toko Kue ID CAKE, 2022)

dibutuhkan oleh Toko Kue ID CAKE dalam bentuk bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) bauran pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan yaitu meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Dengan mengkombinasikan keempat variabel tersebut, diharapkan pelaku usaha khususnya usaha kue bolu ini dapat memaksimalkan fungsi pemasaran yang dimilikinya. Tujuannya adalah untuk mengetahui bauran pemasaran yang dilakukan oleh Toko Kue ID CAKE.

## METODE PELAKSANAAN

Pengumpulan data dilakukan dari bulan Maret- Mei 2022 di toko kue ID CAKE ini beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.121, Manggis Ganting. Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat. Ruang lingkup meliputi *product* yaitu keanekaragaman produk, kualitas, bentuk, merk, kemasan, ukuran, jaminan dan pelayanan, *price* yaitu daftar harga, periode pembayaran, *place* yaitu saluran pemasaran, lokasi, dan transportasi dan yang terakhir untuk *Promotion* yaitu *advertising*, *personal selling*, *direct marketing* dan *sales promotion*.

Data primer merupakan data utama yang diperoleh dari observasi langsung di lapangan, wawancara dan diskusi dengan pimpinan dan karyawan di perusahaan ID CAKE.

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari dokumen perusahaan, dan literatur baik buku, internet, jurnal dan berbagai sumber lainnya yang sesuai dengan topik yang diangkat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Kue ID CAKE ini bermula pada tahun 2006, dengan melihat peluang yang ada pemilik perusahaan memulai membuat usaha dengan menjual kue bolu kepada tetangga sekitar, berawal dari pembuatan kue bolu tersebut pemilik perusahaan mengembangkan kemampuannya dalam bidang *patisier* hingga berdirilah toko kue ID CAKE sampai saat ini.

Dan tahun 2019 toko kue ID CAKE mengalami dampak yang sangat besar terhadap penurunan omset sebesar besarnya akibat corona, pada saat itu banyak produk yang tidak laku di pasaran, konsumen yang sepi ke toko dan terjadinya penurunan penjualan drastis pada saat hari raya Idul Fitri sehingga dari dampak

tersebut menyebabkan perusahaan mengalami kerugian yang sangat besar sehingga gaji karyawan telat di berikan dan tunjangan karyawan tidak bisa diberikan. Hingga sampai saat ini toko kue ID CAKE mampu bangkit dan tetap memasarkan produk-produk ke semua wilayah pemasaran yang sudah menjadi pelanggan tetapnya dari awal.

### Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang ada di toko kue ID CAKE berjumlah 10 orang dengan 1 orang pemilik yang merupakan tenaga kerja tetap, 1 orang kepala produksi 4 orang karyawan produksi, 1 orang kasir, 1 orang kepala pemasaran dan 2 orang karyawan pemasaran. Berikut merupakan data jumlah karyawan di toko kue ID CAKE Manggis

Tabel 2. Data jumlah karyawan di Toko Kue ID CAKE

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan	Jabatan	Umur (tahun)	Lama bekerja (tahun)
1	Asnida Yetti	Wanita	SMA	Pemilik	46	6
2	Zurahma Fitri	Wanita	D3	Kepala Produksi	24	3
3	Delfi	Wanita	SMA	Karyawan produksi	22	2
4	Fani	Wanita	SMA	Karyawan produksi	22	3
5	Reni	Wanita	SMA	Karyawan produksi	20	1
6	Irfan	Laki-laki	SMA	Karyawan produksi	19	2
7	Firly	Wanita	SMA	Karyawan produksi, Kasir	20	2
8	Dasril	Laki – laki	SMA	Kepala Pemasaran	53	6
9	Anwar	Laki – laki	SMA	Karyawan pemasaran (sales)	23	3
10	Roy	Laki-laki	SMA	Karyawan pemasaran (sales)	37	4

Sumber: data diolah

Keseluruhan jumlah tenaga kerja yang ada di Toko Kue ID CAKE 60% adalah tenaga kerja Wanita dan 40% adalah tenaga kerja Laki-laki. Tenaga kerja yang ada di Toko Kue ID CAKE lebih banyak tenaga kerja wanita dibandingkan tenaga kerja Laki-laki, hal ini dikarenakan pada proses produksi memerlukan lebih banyak tenaga wanita seperti dalam pemanggangan kue bolu, pemberian topping hingga pengemasan, dalam proses produksi tenaga kerja laki-laki hanya lebih banyak diperlukan pada saat pengadukan adonan bolu hingga penimbangan adonan ke dalam cetakan.

Tenaga kerja bagian pemasaran (sales) sudah ditetapkan oleh perusahaan bahwa yang menjadi tenaga kerja adalah laki-laki. jam kerja untuk bagian produksi adalah mulai jam 07.00-17.00 dengan waktu istirahat 1 jam, dan jam kerja bagian pemasaran tergantung jarak tempuh sekitar daerah pasaman itu dari pukul 06.00 sedangkan untuk wilayah Bukittinggi, Padang Panjang , Payakumbuh itu mulai

pukul 09.00- selesai. Karyawan produksi diberikan upah Rp.1.300.000 per bulan, kepala produksi Rp.2000.000 per bulan, kasir Rp. 1.300.000 per bulan dan karyawan pemasaran Rp. 2.000.000 per bulan dengan hitungan lembur Rp.5000 per jam.

### Deskripsi Produk

Toko Kue ID CAKE Manggis menjual produk aneka kue basah seperti kue bolu, brownies, cupcake , kue kering seperti kue lebaran, dan jajanan pasar seperti risoles, pastel, samosa, pie, sus. Salah satu produk kue basah yang ada di ID CAKE yaitu kue bolu dengan dua jenis yaitu Kue Bolu Bulat dan Kue Bolu Balok. Produk Kue Bolu yang dihasilkan memiliki beranekaragam rasa, bolu bulat memiliki rasa original dan pandan, sedangkan bolu balok memiliki rasa Jeruk, Pisang, Tape, Coklat, dan Pandan. Produk yang dihasilkan yaitu kue bolu yang dihasilkan adalah siap dipasarkan dikemas dengan plastik kemasan mika untuk kue bolu bulat di kemas menggunakan mika berukuran 22 x 22 cm sedangkan Bolu Balok di kemas menggunakan mika dengan ukuran 20 x 8 cm. Yang pada masing-masing kemasan tersebut sudah diberi label perusahaan yang bertulisan 44 Program Studi Agribisnis Laporan Tugas Akhir ID CAKE.

### Deskripsi Pelanggan

Pelanggan Toko Kue ID CAKE terdiri dari pelanggan tetap dan pelanggan tidak tetap. Pelanggan tetap dari Toko Kue ID CAKE Manggis adalah Swalayan seperti Swalayan yang berada di Bukittinggi, Padang Panjang, Pasaman, Maninjau, dan Payakumbuh. Selain itu yang menjadi pelanggan tetap dari Toko Kue ID CAKE adalah beberapa Sanjai yang berada di wilayah Bukittinggi dan Payakumbuh. Sedangkan yang menjadi pelanggan tidak tetap dari Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi adalah konsumen yang datang langsung ke lokasi produksi kue bolu tersebut. Pelanggan tetap dari Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Pelanggan tetap Toko Kue ID CAKE Manggis

No	Wilayah	Jumlah Pelanggan
1	Padang Panjang	10
2	Bukittinggi	33

3	Payakumbuh	4
4	Maninjau	7
5	Pasaman	7
<b>Jumlah</b>		<b>61</b>

Sumber: Toko Kue ID CAKE Manggis, 2022

### Bauran Pemasaran Kue Bolu Di Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi

Bauran pemasaran yang dilakukan di toko kue ID CAKE yaitu 4P Variabel tersebut terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat atau saluran distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*).

#### a) Produk (*Product*)

Produk yang dihasilkan di toko kue ID CAKE adalah produk kue bolu dengan dua jenis yaitu kue bolu bulat dan kue bolu balok, kue bolu bulat memiliki bentuk bulat dengan diameter 30 cm, bolu balok memiliki bentuk persegi panjang dengan panjang 20 x 5 cm. Masing-masing kue memiliki beragam rasa dan topping kue bolu bulat memiliki rasa pandan dan original dengan topping meses dan meses keju sedangkan bolu balok memiliki rasa jeruk, coklat, pandan, tape, dan pisang dengan topping keju, kismis, kacang coklat, coklat putih dan cornflake. Kue bolu bulat memiliki warna kuning kecoklatan dan warna hijau pandan dan untuk bolu balok memiliki warna kuning kecoklatan, coklat, hijau pandan, kuning keemasan dan orange jeruk. Menurut Tjiptono (2008), Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi, dan ide yang dapat memuaskan pelanggan.

Produk kue bolu yang dipasarkan di Toko Kue ID CAKE Manggis mempunyai kualitas yang cukup baik. Kulit kue bolu yang dipasarkan dijaga dengan cara memproduksi kue bolu yang dimulain dari pemilihan bahan baku sampai pada pemanggangan kue di oven. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan kue bolu

di Toko Kue ID CAKE Manggis merupakan bahan-bahan berkualitas mulai dari Tepung Terigu, *Margarin*, *Butter* yang digunakan adalah kualitas yang bagus. Seperti yang diketahui rasa dan tekstur kue bolu yang berkualitas dan bagus tergantung dari bahan baku yang dipakai. kualitas dalam proses produksi sangat diperhatikan mulai dari sanitasi (pembersihan alat produksi). Oleh karena itu mutu produk yang dihasil oleh toko kue ID Cake baik karena telah melewati aspek-aspek penilaian mutu, dengan adanya sertifikasi halal, konsumen menjadi lebih percaya terhadap kualitas produk halal karena penerapan standar yang terjamin yaitu sesuai dengan norma agama, industri dan bisnis. Untuk izin P-IRT yang telah dimiliki oleh Toko Kue ID CAKE Manggis juga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan karena produk yang dihasilkan sudah dapat dipasarkan secara luas, sudah layak edar, dan keamanan dan mutu produk sudah terjamin. Untuk sertifikat IRT sendiri masih dalam pembaharuan. Ketahanan produk kue bolu yang berada di dalam lemari pendingin selama  $\pm$  10 hari dan tanpa lemari pendingin ketahanan kue bolu bisa sampai  $\pm$  6 hari.

Menurut Kotler (2009) yang menyatakan bahwa kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, dan atribut lainnya yang berharga pada produk secara keseluruhan, agar dapat bersaing di pasar secara berhasil produk harus memilih mutu yang superior dibandingkan dengan produk-produk pesaing lainnya, serta konsepnya yang digunakan yaitu kualitas berdasarkan produk dan kualitas dari sudut konsumen.

Merek dagang yang digunakan toko kue ID CAKE adalah “ID CAKE” karena mempunyai makna inisial huruf pemilik yaitu “ibu Id “ dan suami beliau bapak “Dasrul” menurut Sudaryono (2016), merek adalah simbol mengenai seluruh informasi yang berkaitan dengan produk dan jasa. Dengan adanya merek maka suatu produk bisa diketahui secara lebih jelas mengenai asalnya. Label produk yang didesain dan digunakan oleh toko kue ID CAKE Manggis adalah label yang ditempelkan ada kemasan, label produk kue bolu didesain menggunakan huruf berwarna Merah dengan latar berwarna Kuning. Di label produk juga

dicantumkan alamat toko, *contact person*, keterangan halal, komposisi produk. Untuk jenis label yang digunakan oleh toko kue ID CAKE Manggis yaitu termasuk kedalam jenis *brand label*. Hal ini sesuai dengan konsep dari Tjiptono(2008) yang menjelaskan bahwa *brand label* adalah label yang memberikan informasi nama merek yang diberikan kepada produk atau dicantumkan pada kemasan. Label ID CAKE belum mencantumkan berat bersih dan tanggal kadaluarsa produk. Hal ini disebabkan karena berat bersih tidak bisa ditakar karena timbangan kue sering tidak sama dan untuk tenaga produksi di ID CAKE dominan menggunakan tenaga manusia jadi untuk potensi produk rusak tinggi dan juga untuk mencantumkan tanggal kadaluarsa juga begitu, suhu mempengaruhi ketahanan kue misalkan dibuat tanggal kadaluarsa jika suhu dingin maka potensi kerugian sangat besar sedangkan bentuk dan kualitas kue masih layak dijual.



Gambar 1. Produk kue bolu dalam kemasan

Jenis kemasan yang digunakan oleh toko kue ID CAKE Manggis adalah kotak mika bolu, karena kemasan memiliki kelebihan yaitu kuat, ringan dan tidak mudah robek dan produk yang di pasarkan dapat dilihat dari luar kemasan karena plastik mika yang digunakan adalah bening. Kotak mika yang digunakan untuk kemasan bolu bulat adalah kotak mika yang berukuran 22 x 22 cm dan untuk bolu balok adalah kotak mika dengan ukuran 20 x 8 cm. Menurut Tjiptono (2008), kemasan digunakan untuk 1) Pelindung isi (*Protection*) produk kue bolu dikemas menggunakan kotak mika dengan diberi selotip disekeliling nya agar produk terlindungi dari kerusakan, 2) Memberikan daya tarik (*N*) kotak mika transparan memberikan daya tarik untuk pembeli bisa melihat produk dari luar kemasan, 3) Sebagai identitas (*Image*) kemasan kotak mika lebih kuat, lebih praktis, aman karena disekelilingnya sudah diberi selotip agar bakteri atau serangga tidak masuk, 4)

Informasi (*Labelling*), pada kemasan kotak mika sudah tertempel label dengan merek "ID CAKE" yang sudah menyangkut komposisi, merek, alamat toko, label halal, dan nomor izin usaha sehingga memudahkan konsumen mengetahui hal-hal tersebut. Toko kue ID CAKE juga memakai kemasan custom box karena akan lebih menarik perhatian konsumen yang berbelanja tetapi custom box tersebut hanya digunakan untuk memasarkan cake dan brownies saja dan hanya dipasarkan di toko saja.

Pada pemasaran kue bolu yang dilakukan oleh toko kue ID CAKE jaminan yang di terapkan adalah barang yang di pasarkan akan dikembalikan atau di return oleh pelanggan mini market, swalayan maupun sanjai jika terdapat produk yang tidak sesuai dengan permintaan pelanggan, biasanya produk yang di return merupakan produk kue bolu yang sudah berjamur dan kemasan yang sudah kusam. Menurut Tjiptono (2008), jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan.

Pelayanan yang diterapkan dan dilakukan di toko kue ID CAKE adalah *Attitude* (sikap), di toko Kue ID CAKE dalam menunjukkan sikap yang baik dan ramah seperti melayani konsumen dengan baik dan memberikan informasi apa saja yang dibutuhkan konsumen pada saat pembelian, Selain itu karyawan juga harus melayani pelanggan dengan sikap menghargai memberi sapa dan senyum kepada pelanggan yang berbelanja dan tidak merubah sikap jika pelanggan hanya menanyakan saja tidak membeli. Di Toko kue ID CAKE pelayanan yang diberikan pada konsumen media sosial khususnya *instagram* belum dilayani secara maksimal sehingga perlu diperbaiki lagi bagaimana cara melayani pelanggan untuk menjaga kualitas pelayanan toko kue ID CAKE. Hal ini sesuai dengan pendapat Brata (2004) , pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan dengan menerapkan beberapa pola yang salah satunya adalah *Attitude* (sikap), yaitu melayani pelanggan dengan berpikir positif, melayani pelanggan

dengan sifat saling menghargai, dan melayani pelanggan dengan penampilan serasi.

b) Harga (*Price*)

Penetapan harga yang diterapkan toko kue ID CAKE adalah penetapan harga berbasis biaya. toko kue ID CAKE melakukan pemasaran kue bolu secara langsung dan tidak langsung sehingga harga yang ditawarkan berbeda. Harga yang ditawarkan untuk pemasaran langsung untuk bolu bulat Rp.60.000 per buah, untuk bolu balok Rp.30.000 per buah sedangkan untuk pemasaran tidak langsung untuk bolu bulat Rp.50.000 per buah sedangkan bolu balok Rp.25.000 per buah.

. Menurut Hermawan (2012), harga sangat mempengaruhi penjualan suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan, penetapan harga membutuhkan strategi pemasaran yang matang agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Berikut merupakan daftar harga pemasaran tidak langsung kue bolu di toko kue ID CAKE

Tabel 4. Daftar harga pemasaran tidak langsung kue bolu di toko kue ID CAKE Manggis

No	Nama Tempe	Harga (Rp)	Lokasi Pemasaran
1	Kue Bolu Bulat	50.000	Kota Bukittinggi, Payakumbuh, Padang Panjang, dan Pasaman
2	Kue Bolu Balok	25.000	Kota Bukittinggi, Payakumbuh, Padang Panjang, dan Pasaman

Sumber: Toko Kue ID CAKE Manggis, 2022

Periode pembayaran untuk pemasaran tidak langsung adalah dengan cara dicicil tergantung kesepakatan antara penjual dengan pengecer. Ada yang dicicil tiga hari sekali ada yang satu kali seminggu. Toko kue ID CAKE menerapkan kegiatan pemasaran yaitu konsinyasi yang mana produk dititipkan kepada pengecer dan sistem pembayarannya tergantung kesepakatan penjual dengan pengecer. Menurut Yunus dan Hartanto (2013), konsinyasi adalah suatu perjanjian antara dua pihak di mana salah satu pihak sebagai pemilik barang menyerahkan sejumlah barangnya kepada pihak tertentu untuk di jual dengan memberikan komisi tertentu.

c) Tempat (*Place*)

Saluran pemasaran yang diterapkan pada toko kue ID CAKE adalah saluran pemasaran langsung dari produsen ke konsumen dan saluran pemasaran tidak langsung dari produsen-pengecer-konsumen. Saluran distribusi pada Toko Kue ID CAKE

Manggis menggunakan dua jenis saluran distribusi, yaitu saluran distribusi secara langsung (saluran tingkat nol) dan saluran distribusi secara tidak langsung (saluran tingkat satu). Untuk saluran distribusi langsung dilakukan dengan pelanggan yang langsung belanja ke toko kue ID CAKE. Sedangkan untuk saluran distribusi tidak langsung menggunakan saluran distribusi tingkat satu, dilakukan melalui penitipan pada pengecer yaitu swalayan dan sanjai yang berada pada wilayah Bukittinggi, Padang Panjang, Pasaman, Maninjau, dan Payakumbuh. Berikut adalah saluran distribusi yang digunakan di toko kue ID CAKE Manggis Bukittinggi. Saluran distribusi yang diterapkan di toko kue ID CAKE adalah sebagai berikut :

1. Distribusi langsung

Toko kue ID CAKE Manggis melakukan penjualan kue bolu secara langsung kepada konsumen yang pada umumnya masyarakat membeli langsung kue bolu tersebut ke lokasi produksi dalam bentuk satuan yang akan mereka konsumsi. Pemasaran di toko dilakukan dari jam 08.00 saat membuka toko hingga jam 17.00 yang dilakukan oleh kasir untuk toko kue ID CAKE tutup pada pukul 21.00 WIB setelah jam kerja kasir habis toko akan dijaga oleh pemilik toko sendiri

2. Distribusi tidak langsung

Toko kue ID CAKE memasarkan kue bolu dengan menggunakan perantara karyawan pemasaran ke pengecer atau beberapa swalayan, mini market dan sanjai setelah itu kue bolu tersebut sampai ketangan konsumen. Daerah pemasarannya yaitu daerah Padang Panjang, Bukittinggi, Payakumbuh, Maninjau dan Pasaman. Untuk pemasaran tidak langsung diantar ke pengecer setiap harinya kecuali hari Jumat dilakukan pada jam 09.00 dan untuk wilayah dengan jarak yang jauh seperti Pasaman dilakukan dari jam 06.00. Pengangkutan menggunakan mobil Box bermerek ID CAKE.

Tabel 5. Daftar nama pelanggan dan wilayah Toko kue ID CAKE.

No	Daerah	Sales	Jumlah Pelanggan	Nama Pelanggan
1	Bukit Tinggi	Anwar	33	Dede Setia Mart, Nini Mini Market, GM Store, Gadut Mart, Diva Mart, 7 Saudara, Nagoya Swalayan, Nirwana Mart,

				As-salm Mart, Sanjai Mintuo, AA Mart, Costarika Mart, Alfalalah Mart, Salata Mart, Budhi Mart, Sanjai Sindy, Sanjai Fitri, Sanjai Yogi, Sanjai Sari, Toko Len, Toko Idola Magek, Dubai Mart, Sarijaya, Rahmat Arafah, Mutiar Store, Mandiri Store, Toko Dewi in, Aqilah Mart, Telaga Suci, Simber Swalayan, Sanjai Nita, Sanjai Bundo
2	Padang Panjang	Anwar	10	Toko Suci, Toko Ahza, Al-Falah Mart, GDR Mart, Salsabila Swalayan, Arena mini market, Toko Kue Meisin, Toko Kue Makmur, Maju Jendral Mini Market
3	Payakumbuh	Anwar	4	JKS Mart 1 dan 2, Sanjai Sederhana, Sanjai Salsabila
4	Maninjau	Roy	7	Andrean Paduka Mini Market, Pondok Indah Kelok 37, Purnama Jaya Swalayan, Meli SRJ Mini Market, Prima Sinar Pagi, Purni Sinar Pagi, Salapan Mart.
5	Pasaman	Roy	7	Hoki Store, Sejati Prima Swalayan, Citra Swalayan, Rawit Swalayan, Endang Swalayan, Diva Swalayan, Meli Mini Market
<b>Jumlah</b>			<b>61</b>	

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan pemasaran kue bolu pada Toko Kue ID CAKE Manggis yang terbanyak berada di daerah Bukittinggi dengan persentase 50%. Selanjutnya di daerah Padang Panjang dengan persentase 16%, kemudian Maninjau dan Pasaman dengan persentase 11% dan yang terakhir adalah Payakumbuh dengan persentase 6%. Toko Kue ID CAKE Manggis memilih Bukittinggi sebagai daerah pemasaran kue bolu

terbanyak karena wilayah yang cukup strategis dan luas

#### Promosi (*Promotion*)

d) Promosi merupakan faktor yang sangat penting dalam pemasaran. Promosi memiliki komponen yang dipakai untuk memberitahu dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Bentuk promosi yang dilakukan toko kue ID CAKE adalah :

##### a. *Advertising* (Iklan)

Iklan merupakan media promosi yang sangat berpengaruh bagi perusahaan termasuk toko kue ID CAKE, dengan adanya media iklan dapat membantu memudahkan perusahaan untuk mengenalkan produknya. Toko kue ID CAKE melakukan kegiatan promosi dengan memasang papan nama atau plang. Tujuan pembuatan plang guna memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi perusahaan dan juga untuk menarik perhatian konsumen

##### b. *Personal Selling* (Penjualan Personal)

Toko kue ID CAKE Manggis melakukan promosi dengan cara personal selling, yaitu melakukan promosi dengan sering mengisi Kelas Baking di berbagai daerah di Sumatera Barat seperti Pasaman, Lubuk Basuang, Payakumbuh, Solok, Padang Panjang dan berbagai daerah lainnya guna untuk mempromosikan produk-produk ID CAKE dan mempraktekan langsung. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), penjualan personal (*Personal Selling*) merupakan persentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan untuk tujuan menghasilkan penjualan dan membangun hubungan pelanggan. Dari ke empat komponen promosi yang dilakukan yang paling dominan atau sering dilakukan adalah *Personal Selling*.

##### c. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Toko Kue ID CAKE juga melakukan promosi *Direct Marketing* yaitu promosi melalui media sosial seperti *Instagram*, *Whatsapp* dan juga *Facebook*. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), pemasaran langsung yaitu hubungan langsung dengan konsumen individu yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng.

Toko kue ID CAKE melakukan promosi *direct marketing* yaitu melalui media sosial sebagai berikut :

##### • *Instagram*

Toko kue ID CAKE mempunyai akun instagram dengan nama akun @id\_cakebakery. Tujuan utama menggunakan instagram sebagai media promosi adalah untuk mempromosikan

produk-produk yang ada ditoko ID CAKE dan followers instagram yang dimiliki ID CAKE 1.270 pengikut sehingga menjadi potensi untuk memasarkan produk melalui instagram ini.

- *Whatsapp*

Toko kue ID CAKE menggunakan aplikasi whatsapp bisnis untuk mempromosikan produk karena whatsapp merupakan media sosial yang sudah semua orang menggunakannya. Whatsapp juga memiliki beberapa fitur seperti whatsapp story untuk memudahkan konsumen dalam mengorder produk contohnya apabila ada pertanyaan konsumen yang memesan atau menyakan produk melalui WA fitur balasan dapat langsung muncul panduan untuk memesan.

- *Facebook*

Toko kue ID CAKE menggunakan facebook dengan nama akun pemilik perusahaan yaitu Ibu Asnidayetti. Promosi yang dilakukan melalui facebook tersebut dengan menyebar berbagai kegiatan produksi, pemasaran, kelas Banking, dan juga mengupdate kegiatan yang dilakukan di ID CAKE dan memunculkan serta mempromosikan produk-produk yang di produksi ID CAKE .

d. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Toko kue ID CAKE membuat display, dengan menyusun dan menata produk yang dijual di ID CAKE berdasarkan jenisnya dengan merek suatu produk harus tampak agar dapat menarik minat konsumen.

## KESIMPULAN

Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi menerapkan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam memasarkan produk kue bolunya. Unsur-unsur dalam bauran pemasaran yang digunakan yaitu bauran produk, bauran harga, saluran distribusi, dan promosi.

- Bauran produk yang diterapkan oleh Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi terhadap produk Bolu Bulat dan Bolu Balok adalah variasi atau keanekaragaman, nama/merek dagang, kualitas, label produk, kemasan produk, pelayanan dan jaminan.

- Bauran harga, Toko Kue ID CAKE Manggis menetapkan harga jual berdasarkan perhitungan BEP dan harga pesaing. Untuk harga yang ditetapkan oleh Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi untuk

pemasaran langsung di outlet kue bolu bulat dijual dengan harga Rp.60.000/buah dan untuk bolu balok Rp.30.000/buah sedangkan pemasaran tidak langsung terhadap pengecer adalah untuk bolu bulat dengan harga Rp.50.000/buah, dan untuk bolu balok dengan harga Rp.25.000/buah.

- Bauran distribusi yang digunakan oleh Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi adalah menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung ini konsumen datang langsung untuk membeli kue bolu ke lokasi produksi kue tersebut. Saluran distribusi tidak langsung yang digunakan adalah saluran tingkat satu yaitu dengan menggunakan perantara. Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi menjual kue bolu melalui karyawan pemasaran kemudian karyawan pemasaran meletakkan kue bolu ke pengecer atau ke Swalayan dan Sanjai setelah itu barulah kue bolu tersebut sampai ketangan konsumen. Daerah pemasarannya yaitu daerah Padang Panjang, Bukittinggi, Payakumbuh, Maninjau dan Pasaman.

- Bauran promosi yang dilakukan oleh Toko Kue ID CAKE Manggis Bukittinggi adalah *Advertising, Personal Selling, Direct Marketing, dan Sales Promotion*. Diantara ke 4P tersebut yang paling dominan untuk dibahas adalah *Promotion*, karena promosi sangat diperlukan dalam mengembangkan usaha atau memasarkan produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brata, A.A. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Rakhmah, Y. 2012. *Studi Pembuatan Bolu Gulung Dari tepung Ubi Jalar (Ipomoea batatas L.)*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universtas Hasanuddin. Makassar.
- Salim, E. 2012. *Kiat Cerdas*



*Wirausaha Aneka Olahan Kedelai.*  
Yogyakarta: Lily Publisher.

Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran.* CV.  
Andi Offset, Yogyakarta.

Yunus, Hadori., Hartanto .2013. *Akuntansi  
Keuangan Lanjutan.* Yogyakarta:  
BPFE