

BAB IV

ANALISIS PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Produk atau Jasa yang Dihasilkan

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:266) Produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk yang akan dijual oleh Keku Bake hanyalah makanan dalam bentuk kue. Kue yang digunakan oleh Keku Bake adalah jenis kue Genoise dengan bahan baku tepung terigu, gula, mentega, susu dan juga telur. Untuk rasa yang ditawarkan oleh Keku Bake sendiri adalah rasa vanilla, coklat, matcha dan juga oreo. Untuk isian rasa yang digunakan oleh Keku Bake adalah vanilla, coklat keju, selai blueberry, selai lotus biscoff dan juga oreo dengan pilihan ukuran dengan diameter mulai dari 10 cm sampai dengan 20 cm. Untuk olesan krim diatas kue, jenis krim yang digunakan adalah Krim *Swiss Meringue*. Berikut adalah gambaran produk yang dihasilkan oleh Keku Bake :



Gambar 4. 1

3D Character Cake



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Sumber : Pinterest

Gambar 4. 2

2D Character Design Cake



Sumber : Pinterest

Gambar 4. 3

People Illustrated Design



Sumber : Pinterest

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut penjelasan lebih mengenai produk yang ditawarkan oleh Keku Bake :

Tabel 4. 1 Penjelasan Jenis Produk Keku Bake

No.	Jenis Produk	Penjelasan	Harga (Rp)
1	3D Cake Design	1. Dijual dalam ukuran diameter 10cm (lunch box cake), 12 cm dan 16 cm 2. Berbahan dasar kue dengan jenis kue genoise dengan pilihan rasa kue vanilla, coklat, matcha dan oreo dengan pilihan isian vanilla, coklat, keju, selai blueberry dan selai biscoff	Ukuran 10 cm (Lunch Box Cake) : Rp. 195.000 Ukuran 12 cm : Rp. 230.000 Ukuran 16 cm : Rp. 280.000
2	2D Cake/ Illustrated Design Cake	1. Dijual dalam ukuran diameter 10cm (lunch box cake), 12 cm dan 16 cm 2. Berbahan dasar kue dengan jenis kue genoise dengan pilihan rasa kue vanilla, coklat, matcha dan oreo dengan pilihan isian vanilla, coklat, keju, selai blueberry dan selai biscoff	Ukuran 10 cm (Lunch Box Cake) : Rp. 180.000 Ukuran 12 cm : Rp. 250.000 Ukuran 16 cm : Rp. 285.000
3	People Illustrated Cake	1. Dijual dalam ukuran diameter 10cm (lunch box cake), 12 cm dan 16 cm 2. Berbahan dasar kue dengan jenis kue genoise dengan pilihan rasa kue vanilla, coklat, matcha dan oreo dengan pilihan isian vanilla,	Ukuran 10 cm (Lunch Box Cake) : Rp. 210.000 Ukuran 12 cm : Rp. 270.000

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



		coklat, keju, selai blueberry dan selai biscoff	Ukuran 16 cm : Rp. 295.000
		3. Memiliki desain dengan bentuk ilustrasi orang.	

Sumber : Keku Bake, 2022

Keku Bake juga memiliki logo yang bertujuan untuk menciptakan dan membangun citra merek dalam menjual produknya sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Logo usaha sendiri adalah sebuah tanda pengenal atau identitas dari usaha yang dijalankan yang dimana suatu logo sendiri juga dapat memberikan perbedaan suatu produk dari pesaingnya. Gambar logo usaha dari Keku Bake dapat dilihat pada Gambar 4.6 yang terletak dibawah ini:

Gambar 4. 4 Logo Keku Bake



Sumber : Keku Bake, 2022

Gambar 4.6 merupakan logo dari Keku Bake yang dimana penulis menggunakan bentuk huruf yang tegas dalam menunjukkan nama merek dari Keku Bake namun menggunakan warna warna yang halus dan sesuai dengan konsep dari Keku Bake yang dimana menghasilkan produk produk dengan konsep Korea. Penulis juga berharap produk yang dijual oleh Keku Bake dapat dinikmati oleh semua kalangan.



4.2 Gambaran Pasar

Menurut Kotler dan Keller (2018: p.109), Market demand; The marketer's first step in evaluating marketing opportunities is to estimate total market demand yang artinya Langkah pertama dari pemasar dalam mengevaluasi peluang pemasaran adalah dengan memperkirakan total permintaan pasar. Yang dimana total permintaan yang ada di pasar akan memberikan gambaran pasar yang akan dicapai oleh suatu bisnis. Gambaran pasar sendiri memiliki manfaat bagi suatu perusahaan untuk memberikan gambaran perusahaan dan mengetahui proyeksi penjualan agar suatu perusahaan dapat memperkirakan strategi apa yang harus digunakan dalam memaksimalkan penjualannya setiap tahunnya. Berdasarkan rata-rata penjualan pesaing, proyeksi penjualan Keku Bake pada bulan pertama sebesar

Tabel 4. 2 Proyeksi Penjualan Keku Bake Tahun 2023

Bulan	2023								
	3D Design Cake			2D Design Cake			People Illustrated Cake		
	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16
Jan	70	65	55	41	45	47	55	40	45
Feb	55	50	48	38	32	38	39	32	30
Mar	33	42	37	42	40	45	28	27	23
Apr	50	55	58	55	62	60	53	55	58
May	25	30	33	30	40	38	38	32	34
Jun	12	15	17	20	28	13	16	20	17
Jul	14	13	12	15	18	13	13	12	10
Aug	20	10	15	10	13	10	15	10	12
Sep	15	12	13	16	10	12	10	12	10
Oct	20	15	12	10	15	10	12	10	15
Nov	35	30	30	22	24	18	13	17	20
Dec	50	45	40	30	33	30	35	30	33
Total	399	382	370	329	360	334	327	297	307

Sumber : Keku Bake, 2022



Tabel 4. 3 Proyeksi Penjualan Keku Bake Tahun 2024

Bulan	2024								
	3D Design Cake			2D Design Cake			People Illustrated Cake		
	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16
Jan	77	72	61	45	50	52	61	44	50
Feb	61	55	53	42	35	42	43	35	33
Mar	36	46	41	46	44	50	31	30	25
Apr	55	61	64	61	68	66	58	61	64
May	28	33	36	33	44	42	42	35	37
Jun	13	17	19	22	31	14	18	22	19
Jul	15	14	13	17	20	14	14	13	11
Aug	22	11	17	11	14	11	17	11	13
Sep	17	13	14	18	11	13	11	13	11
Oct	22	17	13	11	17	11	13	20	17
Nov	39	33	33	24	36	20	35	38	33
Dec	55	50	44	33	50	45	55	58	50
Total	439	420	407	362	419	379	397	380	362

Sumber : Keku Bake, 2022

Tabel 4. 4 Proyeksi Penjualan Keku Bake Tahun 2025

Bulan	2025								
	3D Design Cake			2D Design Cake			People Illustrated Cake		
	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16
Jan	85	79	67	50	54	57	67	48	54
Feb	67	61	58	46	39	46	47	39	36
Mar	40	51	45	51	48	54	34	33	28
Apr	61	67	70	67	75	73	64	67	70
May	30	36	40	36	48	46	46	39	41
Jun	15	18	21	24	34	16	19	24	21
Jul	17	16	15	18	22	16	16	15	12
Aug	24	12	18	12	16	12	18	12	15
Sep	18	15	16	19	12	15	12	15	12
Oct	24	18	15	12	18	12	15	22	18
Nov	42	36	36	27	40	22	39	42	36
Dec	61	54	48	36	55	50	61	64	55
Total	483	462	448	398	461	417	437	418	399

Sumber : Keku Bake, 2022



Tabel 4. 5 Proyeksi Penjualan Keku Bake Tahun 2026

Bulan	2026								
	3D Design Cake			2D Design Cake			People Illustrated Cake		
	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16
Jan	93	87	73	55	60	63	73	53	60
Feb	73	67	64	51	43	51	52	43	40
Mar	44	56	49	56	53	60	37	36	31
Apr	67	73	77	73	83	80	71	73	77
May	33	40	44	40	53	51	51	43	45
Jun	16	20	23	27	37	17	21	27	23
Jul	19	17	16	20	24	17	17	16	13
Aug	27	13	20	13	17	13	20	13	16
Sep	20	16	17	21	13	16	13	16	13
Oct	27	20	16	13	20	13	16	24	20
Nov	47	40	40	29	44	24	42	46	40
Dec	67	60	53	40	61	54	67	70	61
Total	531	508	492	438	507	459	480	460	439

Sumber : Keku Bake, 2022

Tabel 4. 6 Proyeksi Penjualan Keku Bake Tahun 2027

Bulan	2027								
	3D Design Cake			2D Design Cake			People Illustrated Cake		
	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16	Uk 10	Uk 12	Uk 16
Jan	102	95	81	60	66	69	81	59	66
Feb	81	73	70	56	47	56	57	47	44
Mar	48	61	54	61	59	66	41	40	34
Apr	73	81	85	81	91	88	78	81	85
May	37	44	48	44	59	56	56	47	50
Jun	18	22	25	29	41	19	23	29	25
Jul	20	19	18	22	26	19	19	18	15
Aug	29	15	22	15	19	15	22	15	18
Sep	22	18	19	23	15	18	15	18	15
Oct	29	22	18	15	22	15	18	27	22
Nov	51	44	44	32	48	26	47	51	44
Dec	73	66	59	44	67	60	73	77	67
Total	584	559	542	482	558	505	528	506	482

Sumber : Keku Bake, 2022



Tabel 4. 7 Anggaran Penjualan Keku Bake Tahun 2023 – 2027

Tahun	3D Design Cake		Harga Jual	Total Pendapatan	2D Design Cake		Harga Jual	Total Pendapatan	People Illustrated Cake		Harga Jual	Total Pendapatan
2023	Uk 10	399	Rp. 195.000	Rp. 77.805.000	Uk 10	329	Rp. 180.000	Rp. 59.220.000	Uk 10	327	Rp. 210.000	Rp. 68.670.000
	Uk 12	382	Rp. 230.000	Rp. 87.860.000	Uk 12	360	Rp. 250.000	Rp. 90.000.000	Uk 12	297	Rp. 270.000	Rp. 80.190.000
	Uk 16	370	Rp. 280.000	Rp. 103.600.000	Uk 16	334	Rp. 280.000	Rp. 93.520.000	Uk 16	307	Rp. 295.000	Rp. 90.565.000
2024	Uk 10	439	Rp. 195.000	Rp.85.585.500	Uk 10	362	Rp. 180.000	Rp. 65.142.000	Uk 10	397	Rp. 210.000	Rp. 83.349.000
	Uk 12	420	Rp. 230.000	Rp. 96.646.000	Uk 12	419	Rp. 250.000	Rp.104.825.000	Uk 12	380	Rp. 270.000	Rp. 102.600.000
	Uk 16	407	Rp. 280.000	Rp. 113.960.000	Uk 16	379	Rp. 280.000	Rp.106.232.000	Uk 16	362	Rp. 295.000	Rp. 106.908.000
2025	Uk 10	483	Rp. 195.000	Rp. 94.144.050	Uk 10	398	Rp. 180.000	Rp. 71.656.200	Uk 10	437	Rp. 210.000	Rp. 91.683.900
	Uk 12	462	Rp. 230.000	Rp. 106.310.600	Uk 12	461	Rp. 250.000	Rp.115.307.500	Uk 12	418	Rp. 270.000	Rp. 112.860.000
	Uk 16	448	Rp. 280.000	Rp. 125.356.000	Uk 16	417	Rp. 280.000	Rp.116.855.200	Uk 16	399	Rp. 295.000	Rp. 117.598.800
2026	Uk 10	531	Rp. 195.000	Rp. 103.558.455	Uk 10	438	Rp. 180.000	Rp. 78.821.820	Uk 10	480	Rp. 210.000	Rp. 100.852.290
	Uk 12	508	Rp. 230.000	Rp. 116.941.660	Uk 12	507	Rp. 250.000	Rp.126.838.250	Uk 12	460	Rp. 270.000	Rp. 124.146.000
	Uk 16	492	Rp. 280.000	Rp. 137.891.600	Uk 16	459	Rp. 280.000	Rp.128.540.720	Uk 16	439	Rp. 295.000	Rp. 129.358.680
2027	Uk 10	584	Rp. 195.000	Rp. 113.914.301	Uk 10	482	Rp. 180.000	Rp. 86.704.002	Uk 10	528	Rp. 210.000	Rp. 110.937.519
	Uk 12	559	Rp. 230.000	Rp. 128.635.826	Uk 12	558	Rp. 250.000	Rp.139.522.075	Uk 12	506	Rp. 270.000	Rp. 136.560.600
	Uk 16	542	Rp. 280.000	Rp. 151.680.760	Uk 16	528	Rp. 280.000	Rp.147.916.692	Uk 16	482	Rp. 295.000	Rp. 142.294.548

Sumber : Keku Bake, 2022



Asumsi yang digunakan untuk Keku Bake adalah sebagai berikut:

- a. Waktu operasional selama 6 hari, senin hingga sabtu.
- b. Penjualan meningkat sebesar 10% setiap tahunnya *Year on Year*

4.3 Target Pasar yang Dituju

a. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2021: p. 69) Segmentasi pasar terdiri dari banyak jenis konsumen serta kebutuhan yang dimana pemasar harus dapat menentukan segmen mana yang terbaik dengan cara mengelompokkan mereka berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda seperti negara, wilayah, kabupaten, provinsi, kota, kelurahan atau lingkungan sekitar. Berdasarkan segmentasi geografis tersebut, segmentasi yang ditetapkan oleh Keku Bake adalah masyarakat yang berdomisili di sekitar wilayah Tangerang.

2. Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis sendiri membagi pasarnya menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, Pendidikan, agama, ras, generasi dan kebangsaan.

Berdasarkan segmentasi demografis tersebut maka segmentasi demografis dari Keku Bake adalah remaja hingga dewasa dengan jenjang usia



16 tahun keatas dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki dan memiliki pendapatan berkisar diatas Rp. 2.000.000,- (Dua Juta Rupiah) per bulan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup atau karakteristik kepribadian yang dimana berdasarkan segmentasi geografis tersebut, Keku Bake fokus pada segmentasi psikografis sebagai berikut:

- a) Kelas Sosial, fokus segmentasi Keku Bake adalah pada kalangan kelas sosial menengah ke atas.
- b) Gaya Hidup, fokus segmentasi Keku Bake adalah masyarakat yang memiliki gaya hidup konsumtif yang dimana mereka lebih suka menghabiskan waktu di luar rumah.

4. Segmentasi Tingkah Laku

Segmentasi tingkah laku membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan dan atau reaksi terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan segmentasi tingkah laku tersebut, segmentasi oleh Keku Bake sendiri adalah berfokus kedalam penyediaan kue tart dengan cita rasa yang baik dan berkualitas dengan harga yang terjangkau.

b. Target Pasar

Menurut Kotler dan Armstrong (2021: p. 214) Target pasar adalah sekumpulan pembeli yang berbagi kesamaan baik dari kebutuhan maupun karakteristik yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Target pasar dari Keku Bake adalah masyarakat kalangan menengah ke atas yang

- berdomisili di sekitar wilayah Tangerang yang memiliki gaya hidup konsumtif dan ingin mendapatkan sesuatu dengan cara yang praktis dengan menggunakan perangkat elektronik atau *gadget* mereka.

4.4 Strategi Pemasaran

a. Diferensiasi

Menurut Kotler dan Armstrong (2021: p. 206) Diferensiasi sendiri sebenarnya membedakan penawaran pasar mereka untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul atau superior. Strategi diferensiasi produk adalah salah satu strategi perusahaan untuk membedakan produknya terhadap pesaing.

Strategi diferensiasi yang dilakukan oleh Keku Bake adalah menggunakan jenis kue *Genoise* yang memiliki tekstur kue yang berbeda dari jenis kue lainnya dan juga menggunakan *swiss meringue buttercream* untuk lapisan krim diatas dengan pilihan desain sesuai dengan keinginan konsumen.

b. Positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2021: p. 205) positioning adalah penempatan merek produk ke dalam pikiran konsumen yang dimana Keku Bake memposisikan diri sebagai Kedai Kue dengan produk inovasi *Korean Cake* yang berbeda dalam harga yang terjangkau dan dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.

c. Penetapan Harga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Kotler dan Armstrong (2016:324) harga adalah sejumlah uang yang dikenakan untuk suatu produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang diperoleh oleh konsumen dengan tujuan mendapatkan kelebihan dari penggunaan barang atau jasa.

Penentuan harga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan dalam menentukan berapa besar keuntungan yang akan didapat oleh suatu perusahaan dari hasil penjualan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:325) terdapat beberapa metode dalam menetapkan harga terhadap suatu produk atau jasa, yaitu:

1. **Penetapan Harga Berdasarkan Nilai (*Value-based Pricing*)**

Penetapan harga berdasarkan nilai berarti penetapan harga berdasarkan nilai yang dirasakan oleh pembeli bukan dari biaya penjual. Penetapan harga berbasis nilai berarti pemasar tidak dapat merancang suatu produk atau program pemasaran lalu kemudian menetapkan harga berdasarkan nilai harus menemukan nilai-nilai yang pembeli berikan untuk penawaran kompetitif yang berbeda-beda.

Terdapat dua jenis penetapan harga berdasarkan nilai, yaitu:

a) **Penetapan harga dengan nilai yang baik**

Menawarkan kombinasi yang tepat antara kualitas dan layanan yang baik dalam harga yang wajar.

b) **Penetapan harga dengan nilai tambah**

Menawarkan fitur dan layanan sebagai nilai tambah untuk membedakan perusahaan serta untuk mendukung penetapan harga yang lebih tinggi.

2. **Penetapan Harga Berdasarkan Biaya (*Cost-based Pricing*)**

Metode penetapan harga berdasarkan biaya merupakan metode penetapan harga yang paling sederhana. Yang dimana pengaturan harga ini berdasarkan biaya untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memproduksi, mendistribusikan dan juga menjual produk ditambah dengan tingkat pengembalian yang adil untuk usaha dan resiko. Terdapat dua pendekatan dalam penetapan harga ini yaitu:

a) Perhitungan Biaya Produk per Unit

$$\text{Biaya produk per unit} = \text{Biaya variabel} + \left(\frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Unit Penjualan}} \right)$$

b) Perhitungan Harga Mark-Up

$$\text{Harga Mark Up} = \frac{\text{Biaya Produk Per Unit}}{(1 - \text{Tingkat Pengembalian yang diinginkan})}$$

Penetapan harga berdasarkan Mark-up biasanya lebih tinggi untuk jenis barang-barang musiman, barang-barang khusus, barang-barang yang pergerakannya lambat, barang-barang yang penyimpanan dan perawatannya tinggi.

3. Penetapan Harga berdasarkan Persaingan (*Competition-based Pricing*)

Penetapan harga berdasarkan persaingan adalah penetapan harga berdasarkan pesaing untuk suatu produk yang sama. Dalam penetapan harga, perusahaan perlu untuk mempertimbangkan sejumlah faktor baik internal maupun eksternal.

Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas suatu produk atau jasa. Harga yang diajukan oleh perusahaan akan gagal apabila berada terlalu tinggi untuk dapat menghasilkan permintaan dan apabila berada terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan. Dari teori yang sudah dijelaskan diatas, Keku Bake menggunakan metode penetapan harga berdasarkan Competition-based Pricing yaitu penetapan harga berdasarkan harga yang telah ditetapkan oleh para pesaing dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



jenis produk yang sama, Keku Bake mengambil harga lebih murah dibandingkan para pesaing. Harga yang ditetapkan oleh Keku Bake adalah:

Tabel 4. 8 Daftar Harga Produk Keku Bake (Dalam Rupiah)

No	Jenis Produk	Ukuran	Harga Produk
1.	3D Design Cake	10 cm	195.000
		12 cm	230.000
		16 cm	280.000
2.	2D Design Cake / Custom Illustration Design	10 cm	180.000
		12 cm	250.000
		16 cm	280.000
3.	People Illustrated Design	10 cm	210.000
		12 cm	270.000
		16 cm	295.000

Sumber : Keku Bake, 2022

Gambar 4. 5 Menu Keku Bake

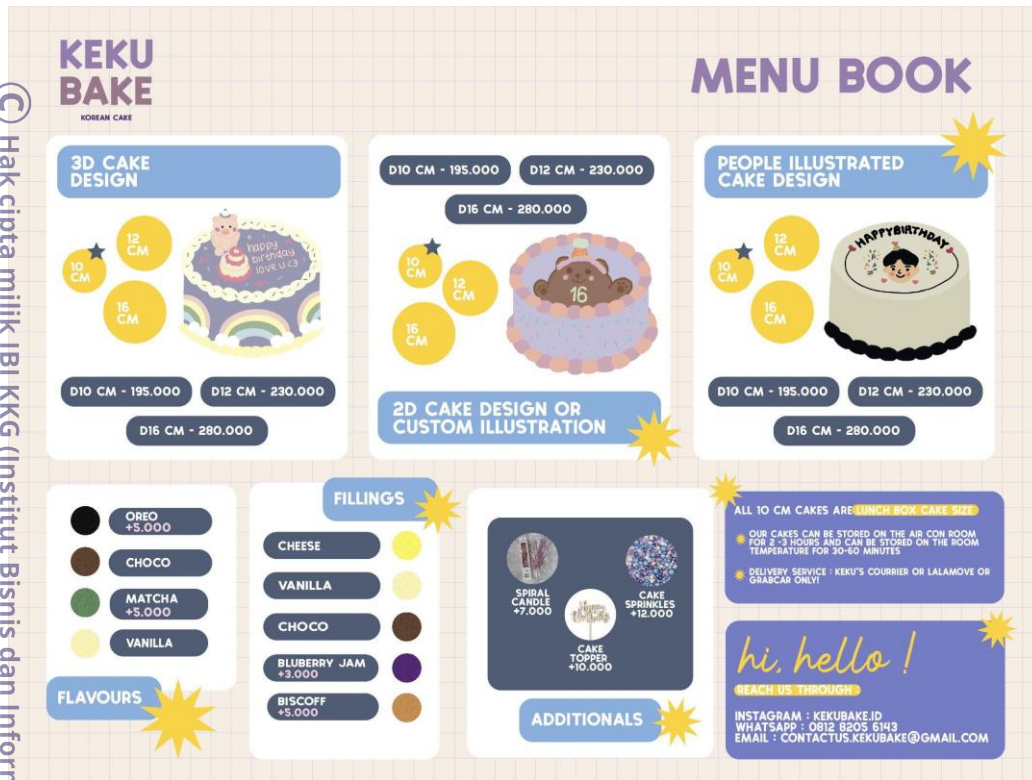
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber : Keku Bake, 2022

d. Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:365) distribusi atau jaringan marketing adalah sebuah sistem distribusi dimana satu perusahaan menetapkan dua atau lebih pemasaran saluran untuk menjangkau segmen pelanggan. Saluran pemasaran sendiri dibagi menjadi dua, antara lain:

1. Saluran Pemasaran Langsung

Saluran pemasaran yang tidak memiliki tingkat perantara, perusahaan menjual secara langsung kepada konsumen

2. Saluran Pemasaran tidak Langsung



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Saluran yang memiliki satu atau lebih tingkat perantara dan juga terdapat beberapa tipe saluran distribusi, antara lain:

a) Zero Level Channel

Saluran distribusi ini hanya terdiri dari produsen dan konsumen akhir sehingga tidak ada perantara diantara mereka dan penyaluran dilakukan secara langsung oleh pelaku usaha kepada pelanggan.

b) One Level Channel

Saluran distribusi ditingkat ini memiliki satu perantara, misalnya pengecer, pada pasar konsumsi perantaranya merupakan pedagang skala besar maupun grosir dan pada pasar industri merupakan penyalur tunggal dan penyalur industri.

c) Two Level Channel

Dalam tingkatan ini terdapat dua perantara dalam saluran distribusi yang di dalam pasar konsumsi, perantara merupakan pedagang besar atau grosir sekaligus pengecer sedangkan dalam pasar industri biasanya merupakan sebuah penyalur tunggal dan penyalur industri.

d) Three Level Channel

Saluran distribusi ini memiliki tiga perantara yaitu pedagang besar atau grosir, pemborong serta pengecer.

Berdasarkan teori diatas, Keku Bake menggunakan saluran distribusi zero level channel karena produk yang dijual oleh Keku Bake langsung kepada konsumen akhir tanpa perantara apapun. Keku Bake memproduksi produknya sendiri dan dapat langsung dinikmati oleh pelanggan akhir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 4. 6 Saluran Distribusi Keku Bake



Sumber : Keku Bake, 2022

4.5 Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan bagi suatu perusahaan untuk mendapatkan perhatian dari para konsumen terhadap produk yang dijual. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:78) Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk tersebut. Terdapat berbagai jenis komunikasi pemasaran yang digunakan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya antara lain:

a. Advertising

Advertising atau periklanan adalah bentuk promosi tentang suatu ide, barang atau jasa. Keku Bake sendiri akan melakukan promosi berbayar dengan bentuk memajang produk yang dijual melalui *showcase* yang ada di toko.

b. Sales Promotion

Menjual atau memasarkan produk atau jasa dengan cara memajang di tempat-tempat khusus yang dapat menarik perhatian dalam jangka waktu yang singkat sehingga konsumen mudah untuk melihat produk yang ditawarkan. Keku Bake akan memberikan potongan harga serta mengadakan *giveaway* yang diadakan selama sebulan sekali.



c. Direct Marketing

Hubungan langsung dengan konsumen untuk dapat memperoleh respon secara langsung dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dengan menggunakan telepon, email dan atau alat penghubung non personal lainnya untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan. Keku Bake akan melakukan interaksi melalui sosial media dengan menggunakan fitur-fitur yang sudah disediakan dan juga memberikan kuis interaktif bagi pengikut sosial media dari Keku Bake sehingga relasi tetap terjaga.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Diliindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.