

Strategi Pengembangan Usaha Kecil Cromboloni Pada Perusahaan Kueku Bakery Kota Malang

Vindy Fadila Rahmadita¹, Bambang Santoso²,

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, dan Politik (FHISIP) Universitas Terbuka

² Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen Bisnis, Politeknik Krakatau, Banten
Email: apv9006@gmail.com, bambangsantoso@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha kecil cromboloni yang diterapkan oleh perusahaan Kueku Bakery di Kota Malang. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini mengkaji berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha. Metode yang digunakan dengan pendekatan deskriptif studi kasus kualitatif dan kuantitatif, sumber data primer dari pemilik usaha dan data sekunder berupa dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Kueku Bakery telah menerapkan beberapa strategi efektif seperti diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan pemasaran digital. Namun, terdapat tantangan seperti persaingan pasar yang ketat dan keterbatasan sumber daya. Rekomendasi yang dihasilkan berfokus pada optimasi sumber daya, inovasi produk, dan ekspansi pasar. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pemilik usaha kecil dan menengah dalam merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Sumber Daya, Strategi Pengembangan Usaha Kecil

Abstract

This research aims to analyze the cromboloni small business development strategy implemented by Kueku Bakery company in Malang City. Using qualitative and quantitative approaches, this research examines various internal and external factors that influence business development. The method used is a descriptive qualitative and quantitative case study approach, primary data sources from business owners and secondary data in the form of documentation. The results showed that Kueku Bakery company has implemented several effective strategies such as product diversification, quality improvement, and digital marketing. However, there are challenges such as intense market competition and limited resources. The resulting recommendations focus on resource optimization, product innovation, and market expansion. This research provides insights for small and medium business owners in formulating sustainable development strategies.

Keywords: Product Inovasion, Resources, Small Business Development Strategy

Pendahuluan

Dengan semakin kompetitifnya pasar, usaha kecil seperti Kueku Bakery di Kota Malang harus terus berinovasi agar bisa bertahan dan berkembang. Strategi pengembangan bisnis menjadi kunci untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu strategi yang dapat diadopsi adalah diversifikasi produk, yang tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga mengurangi risiko bisnis dengan tidak bergantung pada satu atau beberapa produk saja. Dalam konteks ini, pengelolaan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya, menjadi aspek krusial yang mendukung keberhasilan diversifikasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Kueku Bakery menerapkan strategi pengembangan usaha kecil untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis melalui diversifikasi produk dan pengelolaan sumber daya yang efektif. Industri makanan dan minuman di Indonesia terus berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup masyarakat. Salah satu segmen yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah industri kue dan roti. Kueku Bakery, sebuah perusahaan kecil di Kota Malang, telah berhasil membuat produk unik dan viral, yaitu cromboloni.

Cromboloni adalah produk inovatif yang menggabungkan elemen tradisional dan modern dalam satu produk kue. Namun, meskipun memiliki produk yang unik dan berkualitas, Kueku Bakery menghadapi tantangan dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengembangan usaha yang efektif untuk membantu Kueku Bakery mencapai tujuan bisnisnya.

Menurut Joewono (2012: 3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesiapan melangkah, keberanian mengambil resiko, dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis. Dengan strategi yang tepat, seluruh sumber daya perusahaan akan dikerahkan menjadi kekuatan yang akan bekerja untuk mencapai misi perusahaan, sehingga menjanjikan untuk mewujudkan visi tersebut. Kebutuhan untuk mengembangkan strategi sering kali muncul sebagai respons terhadap ancaman yang dirasakan (misalnya banyaknya pendatang baru di bidang yang sama, perubahan selera konsumen, atau peraturan pemerintah yang baru) atau peluang (misalnya inovasi teknologi, perkembangan). (penerapan baru dari produk yang sudah ada atau diversifikasi produk).

Diversifikasi produk sendiri dapat diartikan sebagai variasi produk. Beragam produk dapat dibuat dari satu produk utama. Diversifikasi produk memperpanjang umur simpan produk, siap dikonsumsi dan digunakan, memuaskan rasa, memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, memperluas pasar, dan memperlancar transportasi menambah nilai dan menghasilkan pendapatan. Penulis memerlukan diversifikasi produk, kreativitas, inovasi, penelitian, permodalan, periklanan atau komunikasi pemasaran, dan dukungan pemerintah terhadap usaha kecil dan menengah. Diversifikasi sangat diperlukan untuk memberikan peluang bisnis, lapangan kerja dan suara bagi masyarakat dan komunitas bisnis, serta untuk meningkatkan daya saing di pasar domestik dan internasional.

Salah satu visi jangka pendek dari diversifikasi produk ini adalah menghadirkan keragaman produk di pasar, memuaskan pasar domestik dan ekspor, mengurangi ekspor, mendorong pertumbuhan ekonomi regional dan nasional, serta mengurangi pengangguran. Mengurangi pendapatan masyarakat dan mengurangi jumlah masyarakat kurang mampu. Diversifikasi produk bertujuan untuk meningkatkan volume atau volume penjualan dan hal ini dapat dilakukan oleh perusahaan dalam tahap kedewasaan. Diversifikasi produk memungkinkan perusahaan untuk mengandalkan produk lain dibandingkan hanya mengandalkan satu jenis produk. Sebab, apabila salah satu jenis produk mengalami penurunan, maka dapat dikompensasikan dengan jenis produk lainnya. Perusahaan menggunakan strategi diversifikasi untuk mengeksplorasi variasi baru guna memenuhi harapan pelanggan (Wahab et al., 2017).

Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila variasi baru tersebut dirasakan bermanfaat oleh pelanggan. Selain strategi promosi penjualan dan diversifikasi, faktor pendukung kepuasan pelanggan juga berasal dari faktor harga. Harga adalah jumlah yang sebenarnya dibayar pelanggan sebagai imbalan atas manfaat suatu produk atau layanan. Dengan demikian, pentingnya strategi pengembangan untuk usaha kecil cromboloni pada

perusahaan Kueku Bakery di Kota Malang tidak dapat diabaikan. Penulis berharap untuk memahami lebih dalam tentang tantangan dan peluang yang ada, serta merumuskan strategi yang efektif untuk memaksimalkan potensi dan meminimalkan hambatan. Diharapkan, hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berharga bagi Kueku Bakery dalam upaya untuk mengembangkan usaha kecil cromboloni dan mencapai tujuan bisnis. Selanjutnya, penulis akan membahas lebih lanjut tentang metodologi penelitian ini.

Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses penemuan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka-angka sebagai alat untuk menganalisis informasi tentang apa yang ingin diketahui. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melibatkan banyak nuansa numerik dalam metode pengumpulan data di lapangan ada pula penelitian kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, keyakinan, persepsi, pemikiran manusia secara individu maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan dan menjelaskan prinsip-prinsip yang mengarah pada kesimpulan. Penelitian kualitatif bersifat induktif, peneliti membiarkan permasalahan muncul dari materinya atau dibiarkan terbuka untuk ditafsirkan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi yang cermat, meliputi uraian dalam konteks yang rinci, dilengkapi dengan catatan wawancara mendalam dan hasil analisis dokumen dan catatan.

Penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk menggali dan memahami makna permasalahan sosial atau kemanusiaan bagi banyak orang atau sekelompok orang. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya besar seperti mengajukan pertanyaan dan prosedur, mengumpulkan data spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif dari tema khusus ke tema umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir penelitian ini mempunyai struktur atau kerangka yang fleksibel. Setiap orang yang terlibat dalam penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian induktif, fokus pada makna individu dan menerjemahkan kompleksitas masalah (Creswell, 2017: 5).

Pada penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pengembangan usaha kecil, khususnya cromboloni, pada perusahaan Kueku Bakery di Kota Malang. Untuk mencapai tujuan ini, penulis akan menggunakan serangkaian metode penelitian yang telah terbukti efektif.

Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini untuk mewawancarai informan yang diberikan pertanyaan. Selesai teknik pengambilan sampel. Selain itu, teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur yang memudahkan pengumpulan data dari para informan.

Data diperoleh dari studi di Kueku Bakery Kota Malang yang berfokus pada bidang strategi pengembangan manajemen, khususnya strategi efektif seperti diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan pemasaran digital. Untuk memperoleh data kuantitatif dan kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, dokumentasi, observasi, dan penelitian kepustakaan. Responden sasaran bercirikan pihak-pihak yang memiliki kekuatan penting yang memainkan peran penting dalam proses operasional dan pemasaran Kueku Bakery Kota Malang.

Hasil Dan Pembahasan

1. Pemasaran

Menurut Kotler (2012: 146), pemasaran adalah analisis, pelaksanaan, dan pemantauan program yang bertujuan untuk menjalin interaksi dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat bergantung pada penawaran organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, menetapkan harga, dan menyediakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk memberikan informasi, mempromosikan, dan melayani pasar.

Pemasaran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah langkah-langkah yang diambil oleh pemilik bisnis mikro, kecil, dan menengah untuk mempromosikan

produk mereka kepada target pasar. Strategi pemasaran UMKM sangat penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Beberapa strategi yang dapat diterapkan Kueku Bakery meliputi:

1. Memahami Target Audience: Melakukan analisis mendalam terhadap karakteristik demografis, preferensi, dan perilaku konsumen menjadi landasan untuk merancang kampanye yang relevan dan menarik.
2. Membuat Produk yang Unik: Membuat produk yang unik dan memiliki kelebihan dibandingkan produk lain yang sejenis.
3. Pemanfaatan Media Digital: Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat mencapai khalayak yang lebih luas secara efektif.

Produk roti yang dijual Kueku Bakery menjangkau seluruh kalangan berdasarkan hasil analisis pelanggan dengan pemilik (*Marketing*). Harga roti cromboloni masih terjangkau yaitu mulai dari 11.500 rupiah untuk Reseller dan 16.000 rupiah untuk Retail. Produk roti Kueku Bakery dirancang untuk kalangan bawah, menengah, dan atas guna memenuhi kebutuhan konsumsi roti masyarakat dan cafe. Dari hasil wawancara dapat dilihat bahwa Kueku Bakery mempunyai 2 target market yaitu untuk supplay dan Retail berdasarkan pada seluruh lapisan masyarakat mulai dari kalangan bawah hingga atas, sehingga Kueku Bakery dapat memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Produk roti yang dijual Kueku Bakery menjangkau seluruh kalangan berdasarkan hasil wawancara analisis pelanggan dengan pemilik (*Marketing*). Berdasarkan hasil wawancara pemilik (*Marketing*), produksi roti tidak dapat dipastikan kapasitas produksinya, sehingga tergantung kondisi dan kapasitas pesanan.

Untuk terlibat dalam pemasaran, perusahaan harus mengumpulkan informasi yang berguna untuk memahami lingkungan konsumen, pesaing global, dan negara tempat memasarkan. Proses riset pemasaran terdiri dari beberapa tahapan:

1. Melakukan analisis canggih terhadap lingkungan pemasaran global.
2. Identifikasi masalah pemasaran yang muncul dibandingkan dengan mengevaluasi nilai penelitian bagi bisnis.
3. Mengembangkan rencana penelitian.
4. Melakukan riset pasar melalui sosial media.
5. Menyiapkan laporan penelitian.

Riset pemasaran merupakan suatu proses yang diawali dengan penentuan awal desain (topik) yang akan dilakukan. Setelah proses pengumpulan data. Hasil penelitian ini dapat membantu manajer dalam mengambil keputusan pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016), media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk bertukar informasi teks, gambar, video, dan audio antara mereka sendiri dan dengan bisnis, dan sebaliknya. Berbagai strategi pemasaran melalui media sosial meliputi kegiatan berikut:

- 1) Menentukan tujuan dan jenis media yang akan digunakan.
- 2) Buat konten yang menarik dan kreatif.
- 3) Jalin komunikasi yang personal dan efektif.

2. Produk Atau Jasa

Berdasarkan hasil dari Marketing, bahwa pasar yang dijangkau oleh Kueku Bakery dalam hal penjualan produk dan jasanya adalah masyarakat atau Cafe di wilayah Jawa Timur, karena konsumen rata-rata berasal dari Kota Malang, Kota Surabaya, Kota Kediri, bahkan ada juga dari Kabupaten Blitar. Kueku Bakery ternyata tidak hanya menjual cromboloni sebagai menu utama, tetapi menyediakan varian roti sobek, pizza, dan roti hajat yang bisa dibeli oleh masyarakat saat acara tertentu misalnya lebaran atau bahkan acara pernikahan pun ada tentunya untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

3. Inovasi produk dan Jasa

Mengatakan (Wawan Dewanto Dkk, 2013) inovasi produk adalah hasil pengembangan suatu produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun yang belum. Dibutuhkan inovasi untuk menggantikan produk lama yang sudah mencapai titik jenuh di pasar. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti yang benar-benar baru atau pengembangan dari produk lama yang lebih modern dan

kekinian, sehingga mengubah keinginan masyarakat saat mengambil keputusan pembelian produk dapat ditingkatkan lebih lanjut.

Kueku Bakery memproduksi berbagai jenis roti antara lain coklat, strawbery, coklat keju, coklat pisang nanas, red velvet, coklat pandan, tiramisu, dan moka. Semua produk direncanakan oleh pemilik, tetapi pelaksanaan rencana tersebut dilakukan oleh departemen produksi. Menurut pemiliknya, jenis coklat inilah yang paling banyak diminati konsumen.

4. Tempat

Lokasi Kueku Bakery Supplay lumayan strategis karena berada dipusat Kota Malang, dekat dengan sekolah, perkantoran, pemerintah, dan dekat dengan penginapan yang mana menjadi daya tarik.

5. Promosi

Definisi promosi yaitu, "Promotion is the element is an organization's marketing mix that server to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products". Promosi yaitu suatu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Buchory & Saladin, (2010). Kueku Bakery memilih promosi melalui sosial media seperti Instagram & Tiktok karena terbukti lebih efektif dan cepat tersampaikan oleh masyarakat karena era sekarang hampir semua orang menggunakan handpone untuk jual beli promosi dilakukan melalui penawaran harga khusus, potongan harga, dan fasilitas pesan antar gratis yang akan membuat masyarakat yang melihat tergiur.

6. Temuan Lapangan

Dari penelitian yang penulis lakukan bisa diidentifikasi, berikut penjelasannya :

1. Strategi Pemasaran Kueku Bakery :

Penelitian mengungkapkan bahwa Kueku Bakery secara tidak sengaja menerapkan strategi bauran pemasaran strategi media sosial yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi tersebut antara lain menjaga kualitas produk dan ukuran roti, menetapkan harga terjangkau, memilih lokasi penjualan yang strategis, dan menerapkan berbagai promosi.

2. Inovasi Produk

Penelitian mengungkapkan bahwa Kueku Bakery harus melakukan inovasi dengan menawarkan menu baru dan variasi baru terhadap produk yang dihasilkannya agar produk tersebut tidak kalah dengan produk pesaing yang lebih inovatif dan dapat memberikan nilai tambah dan nilai manfaat pada produknya yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja pemasaran. Berdasarkan hasil data inovasi produk yang paling banyak diminati di kueku bakery sebagai berikut:

Tabel 1
Gambar Pengambilan Produk terlaris dari Kueku Bakery

No	Product	Jumlah Product Terjual/(1 Bulan)	Unit
1.	Pizza	1400	Pcs
2.	Cromboloni Choco Hazelnut	2500	Pcs
3.	Cromboloni Matcha	780	Pcs
4.	Cromboloni Red Velvet	355	Pcs
5.	Roti Sobek	450	Pcs
TOTAL		5.485	

(Sumber : Kueku Bakery)





Gambar 1 Beberapa Product Unggulan Kueku Bakery
(Sumber : Kueku Bakery)

3. Sumber Daya

Sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari organisasi seperti organisasi dan perusahaan. (Butar-Butar et al., 2020). Sumber daya manusia juga menjadi kunci penentu perkembangan perusahaan. Pada hakikatnya sumber daya manusia adalah orang-orang yang dipekerjakan dalam suatu organisasi sebagai penggerak, pemikir, dan perencana untuk mencapai tujuan organisasi. (Rahman, 2020).

Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan kompetensi karyawan di sebuah perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang, perusahaan perlu memberikan pelatihan dan pengembangan SDM agar karyawan tetap

relevan, terampil, dan siap menghadapi tantangan baru. Berikut adalah beberapa jenis pelatihan dan pengembangan SDM yang dilakukan di perusahaan Kueku Bakery:

1. Pelatihan Keahlian (*Skill Training*): Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan non-teknis yang dibutuhkan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Contoh pelatihan keahlian meliputi pelatihan komputer, manajemen waktu, dan komunikasi interpersonal.
2. Pelatihan Ulang (*Retraining*): Perubahan lingkungan kerja menuntut karyawan untuk selalu beradaptasi. Pelatihan ulang membantu karyawan memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka agar tetap relevan dengan perubahan yang terjadi.
2. Pelatihan Lintas Fungsi (*Cross Functional Training*): Pelatihan ini melibatkan karyawan dari berbagai departemen atau fungsi. Tujuannya adalah untuk memperluas pemahaman karyawan tentang seluruh operasi perusahaan dan memperkuat kolaborasi antar-tim.
3. Pelatihan Bahasa (*Language Training*): Pelatihan bahasa membantu karyawan memperoleh keterampilan berbahasa yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan baik dalam lingkungan kerja. Ini termasuk pelatihan bahasa Inggris, Mandarin, atau bahasa lain yang relevan.
4. Pelatihan Kepemimpinan (*Leadership Training*): Pelatihan kepemimpinan membantu mengembangkan karyawan yang berpotensi menjadi pemimpin di masa depan. Keterampilan kepemimpinan yang tepat akan menciptakan tim yang efektif dan memiliki pemimpin yang mampu mengarahkan serta menginspirasi anggota tim.
5. Pelatihan Inovasi dan Kreativitas: Pelatihan ini mengajarkan karyawan cara berpikir kreatif dan menciptakan solusi baru untuk masalah yang dihadapi. Ini

dapat mendorong inovasi di perusahaan dan membuka peluang untuk pengembangan produk yang lebih baik.

6. Pelatihan Teknologi: Dalam era digital, pelatihan teknologi sangat penting. Ini melibatkan pemahaman tentang perangkat lunak, aplikasi, dan alat teknologi yang digunakan dalam pekerjaan sehari-hari.
7. Pelatihan Soft Skills: Selain keterampilan teknis, keterampilan lunak seperti komunikasi, kerjasama, dan manajemen emosi juga penting.

Pelatihan ini membantu karyawan mengembangkan aspek kepribadian yang memengaruhi kinerja mereka. Dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, mengenai sumber daya manusia pada Kueku Bakery memiliki 30 karyawan yang terdiri dari, 10 karyawan kontrak, dan 20 karyawan harian. Karyawan harian lebih banyak hal itu terjadi karena, perusahaan menekan biaya karyawan harian biasanya dibayar berdasarkan kehadiran mereka setiap hari. Ini berarti perusahaan hanya perlu membayar karyawan ketika mereka benar-benar bekerja, bisa lebih hemat biaya dibandingkan dengan membayar gaji tetap kepada karyawan kontrak. Untuk itu perusahaan mengembangkan SDM nya agar karyawan bisa lebih efektif dalam bekerja dan bisa merekrut karyawan harian menjadi karyawan kontrak atau bahkan bisa juga karyawan tetap.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai ukuran sejauh mana layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (2009), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan, dan pengendalian tingkat keunggulan ini membantu memuaskan keinginan konsumen. Kinerja atau kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan bila kinerja yang diterima atau dirasakan memenuhi harapan. Jika pelayanan atau pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Kualitas layanan merupakan kunci sukses di era yang semakin kompetitif secara teoritis, kualitas layanan dianggap menciptakan nilai unggul bagi pelanggan untuk meningkatkan kinerja bisnis atau pemasaran suatu perusahaan (Aziz et al., 2016).

Penulis mengungkapkan bahwa di Kueku Bakery dari segi pelayanan masih perlu ditingkatkan. Pelayanan di Kueku Bakery ini memang hanya melalui media sosial via chat

Whatsapp tidak dilakukan tatap muka atau tidak secara langsung. Penyebab utama kualitas pelayanan yang kurang baik di Kueku Bakery karena hanya ada satu Customer Service yang menangani semua permintaan. Hal ini bisa membuat proses pelayanan menjadi lambat dan pelanggan mungkin merasa tidak mendapatkan perhatian yang cukup.

Simpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil dari pembahasan diatas bahwa Kueku Bakery melibatkan beberapa aspek penting, termasuk penentuan target pasar yang tepat, pemilihan bahan baku berkualitas tinggi, promo menarik, kualitas pelayanan, dan pemanfaatan media sosial. Selain itu, inovasi produk, layanan pelanggan yang baik, manajemen yang baik, jaringan dan kerja sama, serta monitoring dan evaluasi juga menjadi kunci sukses dalam bisnis di Kueku Bakery. Saran yang dapat penulis sampaikan:

1. Pengembangan Produk: Terus berinovasi dan mengembangkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan selera pasar yang terus berubah.
2. Peningkatan Kualitas Layanan: Berikan layanan terbaik kepada pelanggan dan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan. Penambah jumlah Customer Service bisa membantu dalam menangani volume permintaan yang tinggi. Dengan lebih banyak staf, setiap pelanggan akan mendapatkan perhatian yang lebih baik dan waktu respon akan lebih cepat
3. Optimalisasi Media Sosial: Manfaatkan media sosial lebih luas sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan tidak hanya Instagram & Tiktok saja bisa saja kerjasama dengan Tokopedia, Shoppe, Lazada dll.
4. Kerjasama dengan Pemasok Lokal: Jalin kerjasama dengan pemasok lokal untuk mendapatkan bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang lebih terjangkau.

5. Pelatihan SDM: Berikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang bisnis bakery agar produk yang di produksi tetap konsisten.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Kueku Bakery diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dan mencapai tujuan yang ingin di capai.

Daftar Pustaka

- Aziz,A.,Mukhlisoh,I.,&Abikusna,A. (2019). Peran Layanan Jasa Dalam Memberikan Kepuasan Wisatawan Dan Minat Berkunjung Ulang Pada Obyek Wisata Hutan Mangrove Pandansari Brebes. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(1).
- Buchory,H.A.,&Saladin,D.(2010). *Manajemen Pemasaran:Teori, Aplikasi & Tanya Jawab*. Jakarta:Linda Karya.
- Butar-Butar, D. A., Amalia, D., Nst, K. M. A., & Naibaho, Y. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Penilaian Karyawan Terbaik. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(1), 43-46.
- Creswell, C., Nauta, M. H., Hudson, J. L., March, S., Reardon, T., Arendt, K., ... & Kendall, P. C. (2021). Research Review: Recommendations for reporting on treatment trials for child and adolescent anxiety disorders—an international consensus statement. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 62(3), 255-269.
- Dewanto, Wawan. 2013. *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi. Rekayasa Sains: Bandung*
- Joewono, H. (2012). *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36-43.
- Kotler & Keller. 2016. Kotler,Philip Dan Kevin Lane Keller (2016) : *Marketing Management*. 12 jilid 1. Jakarta : PT indeks.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Mariam, S. (2022). Pengenalan Strategi Marketing Dalam Pengembangan Bisnis (Umkm Binaan Jakpreneur) Di Provinsi Dki Jakarta. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1199-1206.
- Munawaroh, I. M., & Idrus, M. S. (2013). Strategi Pengembangan Perusahaan Roti Hawaii Bakery Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2)
- Rahman, Y. A. (2020). Manajemen sumber daya manusia. Tsaqofah: *Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2).1-23

Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lima Daun Ilmu (MADA)*, 2(1), 1-12.

Tjiptono, F. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Wahab, E., A. Aziz, D. Darmawan, M. Hashim & Y. Fan. (2017). Marketing New Products to Mainstream Customers, *Journal of Economics and Business*, 8(2), 239-246.

