

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1. Pra Penelitian

Pelaksanaan *kitchen project* pra penelitian pembuatan mini *roll cake* ubi jalar Cilembu dilakukan dengan proses percobaan kualitas rasa ubi jalar Cilembu melalui tiga metode pengolahan yaitu kukus, rebus dan bakar.

Dari percobaan terhadap tiga metode pengolahan ubi jalar Cilembu, ubi yang melalui proses kukus dan rebus berbeda hasilnya dengan yang melalui proses pembakaran atau pemanggangan terutama dari segi rasa. Ubi yang melalui proses pemanggangan memiliki rasa lebih manis dan terdapat cairan madunya yang merupakan ciri khas dari ubi jalar Cilembu.

Percobaan selanjutnya yaitu percobaan takaran penambahan *puree* kedalam adonan *roll cake*. Percobaan pertama yaitu mencoba menambahkan 25 gr *puree* ubi jalar Cilembu, percobaan kedua yaitu menambahkan 50 gr *puree* ubi jalar Cilembu, percobaan ketiga yaitu menambahkan 75 gr ubi jalar Cilembu, percobaan keempat yaitu menambahkan 100 gr *puree* ubi jalar Cilembu, percobaan kelima yaitu menambahkan 125 gr *puree* ubi jalar Cilembu dan percobaan keenam yaitu menambahkan 150 gr *puree* ubi jalar Cilembu.

Hasil dari pra penelitian penambahan *puree* pada adonan *roll cake* yaitu:

1. Pada percobaan pertama (25 gr *puree* ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* yang dihasilkan bagus tetapi rasa dari ubi sangat tidak terasa.
2. Pada percobaan kedua (50 gr *puree* ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* yang dihasilkan bagus dan masih terasa ubi Cilembunya,
3. Pada percobaan ketiga (75 gr *puree* ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* yang dihasilkan bagus dan ubinya cukup terasa.
4. Pada percobaan keempat (100 gr *puree* ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* yang dihasilkan tidak sebagus percobaan ketiga tetapi rasa ubinya terasa.
5. Pada percobaan kelima (125 gr ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* tidak mengembang sama seperti percobaan sebelumnya dan rasa ubinya terasa.

6. Percobaan keenam (150 gr *puree* ubi jalar Cilembu) yaitu *roll cake* tidak mengembang sempurna dan adonan menjadi basah seperti brownies tetapi memiliki rasa ubi yang sanga terasa.

Dari pra penelitian yang dilakukan, maka yang diambil untuk diuji coba yaitu ubi jalar Cilembu dengan metode dibakar dan takaran penambahan *puree* yaitu 50 gr, 75 gr dan 100 gr.

### **3.2. Objek dan Subjek Penelitian**

#### **a. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah inovasi produk ubi jalar Cilembu. Objek ini juga dikatakan sebagai variabel independen atau yang disebut juga sebagai variabel terkait. Menurut Sugiyono, variabel terkait yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi suatu akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014).

#### **b. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini yaitu mengenai analisis daya terima konsumen terhadap salah satu jenis olahan *pastry* yaitu *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu ke dalam bahan adonannya, subjek ini juga dikatakan sebagai variabel bebas. Dalam melakukan uji daya terima konsumen, peneliti mengambil 15 orang panelis ahli yang terdiri dari *chef pastry/bakery*, dosen/guru di bidang *pastry/bakery* dan pengusaha *pastry/bakery*. 15 panelis ini berperan sebagai tester terhadap tiga formulasi resep dengan persentase *puree* ubi jalar Cilembu yang berbeda terhadap *roll cake*, dimana akan menghasilkan produk yang paling disukai dan formulasi resep yang tepat. Kemudian peneliti juga mengambil 100 orang responden atau panelis konsumen yang akan mencoba produk dengan formulasi resep terbaik yang bertujuan untuk mengetahui daya terima konsumen terhadap mini *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu.

### **3.3. Metode Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif karena penelitian ini termasuk ke dalam penelitian eksperimen dan melakukan uji indrawi, dan uji organoleptik, kriteria yang ditunjukkan yaitu berdasarkan penampilan, warna, rasa, aroma, tekstur, penampilan dan kemasan

pada mini *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu yang pada akhirnya akan menghasilkan formulasi resep terbaik. Selain itu, dilakukan juga uji penerimaan konsumen terhadap inovasi produk *roll cake* dengan tambahan ubi jalar Cilembu. Penelitian eksperimen adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang tertentu. Metode ini bertujuan untuk proses pembuatan inovasi produk *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu.

### 3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono, variabel penelitian adalah segala sesuatu dengan bentuk apa pun yang ditetapkan seorang peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh data atau informasi mengenai hal yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Terutama pada kualitas produk dan uji penerimaannya (Sugiyono, 2014).

Pada tabel dibawah ini, peneliti akan menguraikan tentang operasional variabel dalam penelitian inovasi produk mini *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu sebagai berikut:

**Tabel 3,1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Skala
Inovasi Produk	Menurut Bartono & Ruffiono, kreasi dan inovasi merupakan hal yang tidak lepas dari kegiatan dapur. Arti kreasi lebih kepada pemanfaatan estetika makanan dan resep baru, sedangkan inovasi artinya lebih luas dari kreasi karena tidak terbatas oleh resep. Inovasi merupakan aktivitas individu atau kelompok dalam proses pembuatan produk-prpduk baru. (Bartono & Ruffiono 2005).	Data diperoleh melalui uji hedonik: - Rasa - Aroma - Bentuk - Warna - Tekstur Ketepatan formulasi resep	Ordinal

<p>Penilaian Organoleptik</p>	<p>Menurut Sofiah &amp; Achyar, pengujian ini terdapat beberapa cara pengujian dan digolongkan dalam beberapa kelompok. Pengujian paling populer yaitu kelompok penguji perbedaan (<i>defference test</i>) dan kelompok penguji pemilih (<i>preference test</i>). Selain dua kelompok pengujian yang populer tersebut ada pula pengujian skalardan deskriptif. Kelompok populer biasa digunakan dalam penelitian, analisis proses, dan penilaian akhir. Sedangkan pengujian skalar dan deskriptif banyak digunakan dalam pengawasan mutu (Sofiah &amp; Achyar, 2008).</p>	<p>Data diperoleh melalui uji hedonik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rasa</li> <li>- Aroma</li> <li>- Bentuk</li> <li>- Warna</li> <li>- Tekstur</li> <li>- Penampilan</li> </ul>	<p>Ordinal</p>
<p>Uji Daya Terima Konsumen</p>	<p>Menurut Sofiah &amp; Achyar, sebutan lain untuk uji penerimaan disebut <i>acceptance test</i> atau <i>preference test</i>. Pengujian ini menyangkut penilaian seseorang akan suatu sifat atau kualitas pada mutu bahan yang menyebabkan orang menyenangnya. Jika pada uji perbedaan, panelis akan mengatakan bahwa ada perbedaan, panelis akan menyatakan bahwa ada perbedaan tanpa disertai kesan senang atau tidak senang, akan tetapi pada uji penerimaan ini, panelis akan menyampaikan tanggapan pribadi yang berhubungan dengan kesukaan terhadap sifat sensorik atau kualitas yang dinilai. Uji penerimaan lebih subjektif dibandingkan uji perbedaan (Sofiah &amp; Achyar, 2008).</p>	<p>Hasil tentang suka atau tidak suka akan diketahui.</p>	<p>Ordinal</p>

Sumber: Data diolah 2019

### 3.5. Rancangan Percobaan

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian eksperimen, maka dari itu peneliti menggunakan metode perancangan dengan menggunakan metode rancangan acak kelompok (RAK). Metode yang digunakan yaitu dengan metode eksperimen dengan menganalisis dua tahap yaitu:

#### 1. Kitchen Project

Dibawah ini terdapat formula atau resep yang digunakan dalam pembuatan *mini roll cake* ubi jalar Cilembu

##### a. Alat

**Tabel 3.2**

**Alat Pembuatan Mini Roll cake**

No.	Nama Alat
1	Timbangan
2	Blender
3	Mangkuk stainless
4	Sendok
5	Kompas
6	Mixer
7	Saringan
8	Loyang
9	Oven

Sumber: Data diolah 2019

##### b. Resep Mini Roll Cake Ubi Jalar Cilembu

**Tabel 3.3**

**Resep Mini Roll Cake Ubi Jalar Cilembu**

No.	Nama Bahan	Jumlah
<i>Sponge Cake</i>		
1	Kuning Telur	4 pcs
2	Putih Telur	1 pc
3	Gula Pasir	40 gr
4	Cake Emulsifier (SP)	4 gr
5	Tepung Protein Sedang	24 gr
6	Tepung Maizena	8 gr
7	Susu Bubuk	8 gr
8	Mentega Cake & Cookies	40 gr
9	Puree Ubi Cilembu	50 gr, 75 gr, 100 gr
<i>Filling</i>		
1	Mentega Putih	50 gr
2	Simple Syrup	50 ml
3	Susu Bubuk	15 gr

**Cara Membuat:**

1. Siapkan alat dan bahan, kemudian panaskan oven terlebih dahulu dengan suhu 180°C.
2. Masukkan kuning telur, putih telur, gula pasir dan *cake emulsifier* pada *mixer bowl*, kocok sampai megebang dan kental dengan kecepatan tinggi ± selama 5 menit.
3. Setelah itu, masukan tepung terigu, maizena dan susu bubuk kedalam kocokan telur dengan disaring. Lalu, *mixer* dengan kecepatan rendah sampai merata.
4. Masukkan margarin kocok dan *puree* ubi Cilembu, aduk rata menggunakan spatula.
5. Tuang adonan kedalam loyang persegi ukuran 30x30x3 cm yang sebelumnya sudah diolesi margarin dan dialasi dengan kertas roti.
6. Masukkan kedalam oven, panggang selama ± 15-20 menit hingga matang.
7. Setelah matang, keluarkan dari oven dan simpan diatas *cooling tray*
8. Berikan alas kertas roti pada bagian bawah, balikan posisi *cake* dengan posisi kertas roti yang menempel pada *cake* berada diatas, kemudian lepaskan kertas roti.
9. Olesi dengan *buttercream*, kemudian *roll* kearah depan sampai tergulung, kemudia simpan di dalam kulkas selama 30 menit.
10. Setelah dingin lepaskan kertas roti dan mini *roll cake* siap disajikan.

Sumber: Data diolah 2019

- c. Metode Rancangan Percobaan Formulasi Mini *Roll cake* Dengan Penambahan Ubi Jalar Cilembu

**Tabel 3.4**

**Metode Rancangan Percobaan Formulasi Mini *Roll cake* Dengan Penambahan Ubi jalar Cilembu**

Formulasi Panelis	Mini <i>Roll cake</i> ubi jalar Cilembu		
	Formulasi I	Formulasi II	Formulasi III
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Sumber: Data diolah 2019

## 2. Uji Daya Terima Konsumen

Uji daya terima konsumen yaitu suatu pengalaman pemberian sikap positif terhadap suatu barang atau produk. Uji ini mengukur seberapa besar konsumen menerima produk dan seberapa suka atau tidak suka berdasarkan ratingnya (Sofiah & Achyar, 2008).

### 3.6. Populasi dan Teknik Penarikan Sample

Menurut Sugiyono, populasi merupakan wilayah generalisasi dimana terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014). Kesimpulan dari kutipan diatas ialah obyek atau subyek yang ditetapkan dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan populasi yang sudah ditentukan untuk diteliti. Populasi yang akan diuji kesukaannya pada produk *mini roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu yakni sebanyak 15 panelis ahli dalam bidang *pastry*. Panel konsumen yang akan diambil yaitu sebanyak 100 orang responden.

**Tabel 3.5**

**Panelis Ahli dan Panelis Konsumsi**

<b>Panelis</b>	<b>Jumlah</b>
<b>Panelis Ahli</b>	
<i>Chef pastry</i>	7
Akademisi bidang tata boga	4
Pengusaha kue	4
Jumlah Panelis Ahli	15
<b>Panel Konsumen</b>	
Pelajar/Mahasiswa	70
Warga	30
Total Panel Konsumen	100

Sumber: Data diolah 2019

### 3.7. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Dengan teknik ini peneliti akan berinteraksi secara langsung kepada responden.

## 2. Kuesioner

Untuk mengetahui produk disukai atau tidak, maka peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi berguna sebagai bukti saat melakukan penelitian ini.

## 4. Literatur

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan sumber data yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian seperti jurnal dan penelitian terdahulu.

## 5. Ekperimental

Untuk mendapatkan produk yang akan diteliti, peneliti melakukan eksperimen terhadap produk.

### 3.8. Teknik Analisis Data

Data-data yang peneliti kumpulkan kemudian akan diolah dengan menggunakan bantuan microsoft office dan excel.

#### a. Pengujian Organoleptik

Menurut Sofiah & Achyar, pengujian organoleptik mempunyai berbagai macam cara untuk pengujian dan digolongkan menjadi beberapa kelompok. Cara pengujiannya yang paling populer yaitu kelompok pengujian perbedaan (*defferece tests*) dan kelompok pengujian pemilihan (*preference tests*). Disamping pada dua kelompok itu dikenal juga pengujian skalar dan deskripsi. Jika kedua pengujian yang pertama banyak digunakan maka dalam penelitian, analisis proses dan penilaian akhir, maka kedua kelompok pengujian terakhir ini banyak digunakan untuk pengawasan mutu (*quality control*) (Sofiah & Achyar, 2008).

Berdasarkan kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa uji organoleptik dapat dilakukan dengan berbagai cara tetapi terdapat dua cara yang paling populer yaitu pengujian perbedaan dan pengujian pemilihan. Namun, ada juga cara pengujian dengan skalar dan deskripsi.

Sifat inderawi/organoleptik yaitu sifat-sifat yang dapat dinilai dengan menggunakan panca indera (Afrianti, 2008), seperti:

- a. Penampakan (bentuk, ukuran, warna)
- b. Cita rasa (manis, asam, asin, mani, pahit)

- c. *Flavor* (bau dan rasa)
- d. Tekstur (keras, alot, kenyal, lembut, renyah)

### b. Uji Hedonik

Uji hedonik juga disebut uji kesukaan, uji ini dilakukan saat pengembangan produk atau untuk membandingkan dengan produk lain. Uji kesukaan ini meminta pendapat kepada panelis ahli untuk memilih satu pilihan produk diantara produk lainnya dan memberi respon terhadap produk tersebut suka atau tidak. Selain panelis menyatakan suka atau tidak, mereka juga menyatakan tingkat kesukaannya dan tingkat tersebut disebut dengan skala hedonik (Setyaningsih, Apriyantono, & Sari, 2010).

Pada tahap pengujian ini, peneliti memberikan form kuesioner dan juga memberikan produk yang peneliti buat kepada 15 orang panelis ahli, dengan beberapa penilaian yaitu warna, rasa, aroma, tekstur, dan penampilan dengan skala nilai 5 mulai dari sangat suka sampai tidak suka.

**Tabel 3.6**

**Data Pengujian Organoleptik Produk**

Atribut Penilaian	Nilai		Sampel		
			LSCUC 1	LSCUC 2	LSCUC 3
Rasa (Enak)	5	Sangat Enak			
	4	Enak			
	3	Cukup Enak			
	2	Tidak Enak			
	1	Sangat Tidak Enak			
Aroma (Tercium wangi dari ubi Cilembu)	5	Sangat Tidak Tercium			
	4	Tidak Tercium			
	3	Cukup Tercium			
	2	Tercium			
	1	Sangat Tercium			
Tekstur (Lembut)	5	Sangat Lembut			
	4	Lembut			
	3	Cukup Lembut			
	2	Tidak Lembut			
	1	Sangat Tidak Lembut			
Warna (Menarik)	5	Sangat Menarik			
	4	Cukup Menarik			
	3	Menarik			
	2	Tidak Menarik			
	1	Sangat Tidak Menarik			
Penampilan (Menarik)	5	Sangat Menarik			
	4	Cukup Menarik			
	3	Menarik			
	2	Tidak Menarik			
	1	Sangat Tidak Menarik			

Formulasi Resep (Komposisi Sesuai)	5	Sangat Sesuai			
	4	Cukup Sesuai			
	3	Sesuai			
	2	Tidak Sesuai			
	1	Sangat Tidak Sesuai			
Kemasan (Menarik dan Praktis)	5	Sangat Menarik			
	4	Cukup Menarik			
	3	Menarik			
	2	Tidak Menarik			
	1	Sangat Tidak Menarik			

Sumber: Data diolah 2019

### 3.9. Uji Daya Terima Konsumen

Menurut Sofiah & Achyar, uji penerimaan disebut *acceptance test* atau *preference test*. Dalam uji ini menyangkut pada penilaian seseorang akan sesuatu sifat atau kualitas pada mutu bahan yang menyebabkan orang menyenangkan. Jika pada uji perbedaan, panelis menyatakan kesan adanya perbedaan, panelis akan menyatakan bahwa ada perbedaan tanpa disertai kesan senang atau tidak senang, akan tetapi pada uji penerimaan, panelis akan menyampaikan tanggapan pribadi yang berhubungan dengan kesukaan terhadap sifat sensorik atau kualitas yang dinilai. Pada uji penerimaan ini lebih subjektif dari pada uji perbedaan (Sofiah & Achyar, 2008). Berdasarkan kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam uji penerimaan panelis akan memberikan tanggapan mengenai kualitas yang menjadi faktor suka atau tidak suka. Uji penerimaan sifatnya lebih subjektif.

Data yang telah didapat kemudian diklarifikasi dan dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif dengan mencari nilai dari skor maksimal, skor minimal dan kelas intervalnya dengan menggunakan rumus:

- ❖ Skor maksimal ( $S_{maks}$ ) =  $n \times$  nilai maksimal
- ❖ Skor minimal ( $S_{min}$ ) =  $n \times k \times$  minimal
- ❖ Kelas interval =  $(S_{maks} - S_{min}) / k$

Keterangan:

(n) = jumlah responden

(k) = jumlah skor

### 3.10. Kelayakan Bisnis

#### 3.10.1. Penentuan Harga Jual

Dalam penjualan produk mini *roll cake* dengan penambahan ubi jalar Cilembu, terdapat harga jual yang ditentukan dengan menggunakan metode tidak terstruktur. Menurut Suarsana, metode ini merupakan metode perhitungan dengan melihat dan membandingkan harga jual pada suatu menu yang serupa terhadap usaha makanan yang beroperasi disekitarnya (Suarsana, 2007).

- *Material/Food Cost*                      30% sampai 35%
- *Labour Cost*                                15% sampai 20%
- *Overhead*                                    20% sampai 30%
- Keuntungan (*Profit*)                    10% sampai 15%
- Harga Jual (*Selling Price*)            100%

Hasil dari menentukan persentase tergantung pada penggunaan *material cost* yang akan menentukan harga jual dan berapa besar keuntungan yang didapat.

#### 3.10.2. Desain Kemasan

Fungsi utama dari kemasan yaitu mewadahi atau melindungi produk dari kerusakan baik fisik (seperti benturan, goresan, dan hal yang menyebabkan kerusakan secara fisik lainnya), kerusakan kimia (seperti kelembapan, reaksi oksigen, air, fermentasi gas, dan lainnya), kerusakan biologi yakni mikroba dan kemasan juga mencegah produk terkena kontaminasi (seperti dihindangi oleh serangga, hewan pengerat, kotoran, dan lainnya). Pengemasan menjadikan produk menjadi mudah disimpan, dibawa, didistribusi, dipromosikan dan dipasarkan. Selain itu, fungsi kemasan secara umum yaitu: (Kaihatu, 2014)

1. Mewadahi produk agar tidak tercecer terutama jika wujud dari produk yang berupa cairan atau butiran agar tetap terjaga selama proses pendistribusian dari produsen dan sampai pada tangan konsumen.
2. Melindungi serta mengawetkan produk dari kerusakan yang dapat menurunkan mutu atau kualitas dari produk seperti paparan sinar matahari langsung, kelembapan udara, kotoran dari lingkungan sekitar, mikroba dan faktor penyebab kerusakan lainnya.

3. Kemasan sebagai identitas dari produk, dalam hal ini kemasan berfungsi sebagai alat komunikasi yang memberikan informasi mengenai produk yang dipasarkan kepada konsumen melalui label yang tertera pada kemasan.
4. Meningkatkan efisiensi seperti memudahkan dalam menghitung jumlah produk, memudahkan proses pengiriman dan penyimpanan.
5. Melindungi pengaruh buruk dari produk yang dikemas (seperti produk yang memiliki bau yang tajam, produk yang dapat menularkan warna, dan lain-lain) terhadap produk-produk lain disekitarnya agar tidak terkontaminasi.
6. Memperluas pemakaian dan pemasaran produk.
7. Menambah daya tarik produk agar konsumen tertarik seperti memberikan desain yang menarik bahkan unik pada kemasan.
8. Sarana informasi dan iklan untuk mempromosikan produk kepada konsumen.
9. Memberikan kenyamanan kepada pengguna saat menggunakan produk tersebut.

Kemasan yang akan digunakan untuk mini *roll cake* ubi jalar Cilembu ini menggunakan mika yang kemudian diberikan informasi produk agar penampilannya menarik, dapat menjual produk dan dapat melindungi mini *roll cake* dari kontaminasi seperti debu dan kotoran ketika dibawa kemana-mana.

Pada kemasan terdapat labelling yang berfungsi sebagai alat komunikasi mengenai informasi produk, terdapat tujuh kriteria yang harus dicantumkan pada labelling yaitu

- a. Nama produk atau *brand*
- b. Berat bersih produk
- c. Informasi lengkap produsen atau distributor
- d. Informasi komposisi bahan yang digunakan
- e. Legalitas
- f. Tanggal kadaluarsa
- g. Kode produksi

### 3.10.3. Rencana Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Strategi Pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.

Terdapat beberapa strategi pemasaran yang cukup populer menurut (Maxmanroe, 2019):

1. *Marketing Partnership*

*Marketing Partnership* memiliki sejumlah keuntungan, contohnya berkolaborasi dengan pihak lain. Strategi pemasaran ini dinilai murah dan lebih berpeluang untuk sukses.

2. Bekerjasama dengan *Influencer*

*Social Media* menjadi salah satu media yang paling digandrungi oleh masyarakat saat ini, karena segala informasi dari manapun dengan cepat dapat kita ketahui salah satu *social media* yang bisa dijadikan alat pemasaran yaitu instagram. Para *influencer* banyak memberikan pengaruh pada penjualan bisnis yang dijalankan, dengan jangkauan *followers* yang besar, ketika sebuah perusahaan atau usaha mengontrak *influencer* untuk mempromosikan produk, tentu bukan hal tidak mungkin mendapatkan keuntungan berlipat-lipat. *Influencer* tidak melulu dari selebgram, tergantung produk Anda juga. *Vlogger* dan *blogger* juga bisa berpengaruh besar.

3. Melibatkan Karyawan

Melibatkan karyawan dalam pemasaran seperti membuat iklan atau promosi yang melibatkan para karyawan didalamnya akan memiliki efek ganda. Para karyawan akan dengan senang hati menyebarkan video iklan atau promosi perusahaan disamping meningkatkan efektifitas kerja. Rata-rata karyawan merasa bangga saat dilibatkan dalam proyek seperti ini.

#### 4. Menjaga Konsumen Lama

Senantiasa manjakan pelanggan lama, karena mereka adalah konsumen yang paling loyal dalam membeli produk. Sebagai apresiasi kepada pelanggan lama, berilah bonus atau hadiah khusus untuk pelanggan lama. Kebanyakan mereka adalah yang paling loyal mempromosikan produk yang mereka anggap memuaskan dengan cara *mouth to mouth* kepada orang-orang yang mereka kenal.

Rencana pemasaran yang akan dilakukan dalam memasarkan produk *roll cake* yaitu pertama melakukan *partnership marketing* dengan toko kue dan dibantu media sosial dengan meminta konsumen untuk mereview produk dan mempromosikannya melalui instagram nya masing-masing dan selain melalui media sosial para konsumen, pemasaran juga dibantu dengan membuat akun instagram khusus untuk produk sehingga dapat selalu mempromosikan produk.