

---

## Strategi Pemasaran Kue Gapit Terhadap Peningkatan Omzet Penjualan dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Warga Sekitar

*Cake Marketing Strategy Gapit Against Increased Sales Turnover And Its Roar to the Economy of The Surrounding Residents*

Nur Moh. Faiz Amin,<sup>1</sup> Abdul Kholik,<sup>2</sup> Ahmad Arif,<sup>3</sup> Ahmad Yusuf,<sup>4</sup> Indah Kurniasih<sup>5</sup>

\*Email korespondensi: muhammadfaiz@gmail.com  
Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon.

DOI:

10.xxxx

Histori Artikel:

Diajukan:  
28/04/2021

Diterima:  
27/05/2021

Diterbitkan:  
30/05/2021

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena mulai memudarnya makaan tradisonal. Hal ini dikarenakan mulai berjamurnya variasi makanan baik dari dalam maupun luar. Makanan yang masih dipertahankan dalam produksinya pada toko kue Ibu Robiah diantaranya adalah kue Gapit. Toko kue ini masih memproduksi gapit dengan keasliannya. Inilah yang membuat peneliti memiliki keingintahuan tentang bagaimana strategi pemasaran kue gapit tersebut? Apakah dengan strategi tersebut terjadi kenaikan omzet penjualan? Dan apakah keberadaan toko kue gapit tersebut berpengaruh terhadap peningkata ekonomi masyarakat sekitar? Pertanyaan tersbut peneliti coba cari jawabanya dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan yang mencari gambaran secara jelas agar menemukan kejelasan fakta atau mendekatai kejelasan fakta. Hasil yang diperoleh toko tersebut mampu memeroduksi kue gapit dalam sehari mencapai 50Kg. adapun pemasaran yang dilakukan adalah dengan mengirimnya ke toko-toko langgan, dijual di toko sendiri, dan memanfaatkan para TKI yang pergi ke luar negeri dengan membawa kue gapit tersebut dampai ke mancanegara. Dari hasil pemasaran tersebut ternyata mendongkrak omzet penjualan selama periode November sampai Desember 2020. Data yang didapat selama dua bulan tersebut tercatat bulan November telah memeroduksi kue gapit sebanyak 1,6 ton dan pada bulan Desember sebanyak 1,74 ton. Jumlah karyawan yang dipekerjakan di toko kue gapit ibu Robiah tersebut saat ini berjumlah lima orang yang berasal dari tetangga sekitar.

**Kata Kunci:** Pemasaran; Kenaikan Omzet; Masyarakat Sekitar.

### ABSTRACT

This research was conducted because of the waning of traditional foods. This is due to the mushrooming of food variations both from inside and outside. The food that is still maintained in its production at Ibu Robiah's cake shop is the Gapit cake. This patisserie still produces the original Gapit. This is what makes researchers curious about how the cake marketing strategy is? Does this strategy

*increase sales turnover? And does the existence of the Gapit cake shop affect the economic improvement of the surrounding community? The researcher tried to find the answer to this question by using a qualitative approach. An approach that seeks a clear picture in order to find clarity of facts or approach clarity of facts. The results obtained by the shop are able to produce a gapit cake in a day reaching 50Kg. As for the marketing, it is done by sending it to customers' shops, selling it at their own shop, and using TKI who go abroad to bring the Gapit cake to foreign countries. From the marketing results, it turned out to have boosted sales turnover during the November to December 2020 period. The data obtained for the two months recorded that in November it had produced 1.6 tons of gapit cake and in December of 1.74 tons. Currently, there are five employees employed in Robiah's Gapit cake shop who come from nearby neighbors.*

**Keywords:** *marketing; increase in turnover; local communities.*

## **PENDAHULUAN**

*You are what you eat* (Anda adalah apa yang Anda makan). Makanan seringkali menjadi kebutuhan yang sangat penting. Sangat penting karena dimaksudkan sebagai nilai utama. Namun seringkali hanya sebagai pemenuhan kebutuhan semata. Bila dilihat dari sisi yang lain makanan adalah nilai kepribadian seseorang. Makanan adalah sumber energy satu-satunya bagi manusia. Karena jumlah manusia bertambah, maka jumlah produksi makananpun harus terus bertambah untuk mencukupi jumlah penduduk. (Amaliyah, 2017).

Makanan adakalanya kita sebut dengan makanan modern dan tradisional. Makanan tradisional biasanya makanan yang telah ada dan membudaya dikalangan masyarakat Indonesia. Menurut Winarno (1993), makanan tradisional adalah makanan yang dekat dengan tradisi setempat. Salah satu makanan tradisional yang masih digemari adalah kue gapit.

Kue gapit merupakan kue tradisional populer bagi masyarakat Indonesia. Kue gapit adalah kue yang terbuat dari tepung beras, tepung tapioka, telur, gula pasir, ovalet, margarin, susu dan santan, yang kemudian dicampur menjadi satu,. Proses pematangan kue gapit dengan cara dipanggang kedalam cetakan kemudian digulung sesuai bentuknya (Harijono et al., 2012), Kue gapit merupakan kue yang masih diingat oleh masyarakat Indonesia. Kue ini memiliki varian bentuk. Bentuk – bentuk tersebut diantaranya ada yang berbentuk kipas, persegi, kotak dan yang digulung. Pada varian kue gapit yang digulung biasanya orang menyebutnya jue semprong.

Menurut Sayiful Bahri dkk, 2019. Penamaan kue “gapit” diambil dari proses pembuatannya/pencetakannya yang terbuat dari tepung tapioka. Makanan ringan tersebut memiliki berbagai bentuk dan rasa yang khas dengan tekstur yang kering, renyah, dan tahan lama. Penamaan kue gapit disebabkan dalam proses pembuatannya kue tersebut di gapit atau dijepit. Kue ini memiliki tekstur kering (*crispy*) dan tahan lama. Dalam proses pembuatannya kue ini terdiri dari telur, gula pasir, tepung beras, dan tepung sagu. Proses pembuatannya dipanggang di dalam cetakan. (Khikmawati, 2014). Secara umum kue ini terbuat dari tepung beras, namun ada juga yang menggunakan tepung ketan. Hal ini mungkin salah satu sebab penggunaan tepung beras dikarenakan harganya yang lebih murah dari tepung ketan. Dalam perkembangannya kue ini mengalami inovasi rasa yang lebih variatif. Kevariatifan ini dapat dilihat saat ini kue gapit ada yang memiliki rasa durian, pandan, wijen, dan jahe.

Memproduksi kue gapit tentunya tidaklah sedikit. Untuk wilayah Cirebon tepatnya desa Weru Lor terdapat lebih dari tiga pengrajin makanan kue gapit. Hal ini tentu mendorong kreatifitas dan inovasi dalam pemasarannya. Untuk itu penulis rumuskan beberapa pertanyaan peneliti. Bagaimana

---

strategi pemasaran kue gapit tersebut? Apakah dengan strategi tersebut terjadi kenaikan omzet penjualan? Dan apakah keberadaan toko kue gapit tersebut berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi masyarakat sekitar?

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Artinya peneliti mengumpulkan data melalui proses wawancara, observasi langsung, dan studi pustaka. Adapun wawancara yang peneliti lakukan langsung kepada pemilik toko kue gapit ibu Robiah yang berlokasi di desa Weru Lor kecamatan Weru Kabupaten Cirebon. Wawancara ini kami lakukan pada tanggal 31 Desember 2020. Selain itu peneliti pun melakukan wawancara dengan masyarakat sekitar guna mendapatkan informasi yang lebih nyata ataupun mendekati kenyataan.

Proses penelitian ini dari wawancara, observasi, dan lain-lainnya memerlukan waktu sekira tujuh hari. Hal ini dilakukan karena beberapa kali peneliti kembali lagi ke tempat penelitian karena adanya data yang belum lengkap.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kue Gapit Ibu Robiah ini bukanlah suatu usaha yang benar-benar baru berada di pasaran. Oleh karena itu, kami mencoba untuk membuat Kue Gapit ini menjadi suatu bentuk usaha yang berbeda dengan usaha satu jenis lainnya. Keunggulan dari produk tersebut adalah: 1) Memiliki varian rasa yang lebih banyak dibandingkan produk camilan pada umumnya, tapi pada kue gapit ini tersedia berbagai jenis seperti manis, kacang dan gurih. 2) Aman dan bisa di konsumsi oleh berbagai kalangan dan ragam usia, karena memiliki variant rasa 3). Harga yang terjangkau. 4) Diolah dengan bahan-bahan pilihan sehingga proses produksinya terjamin higienis.

Kue gapit ini dapat dinikmati oleh berbagai kalangan dan beragam usia. Oleh karena itu target pasar dari produk ini adalah semua kalangan baik anak-anak sampai orang dewasa, pelajar, mahasiswa, karyawan, dan lain sebagainya. Untuk merealisasikan target, kami menentukan lokasi outlet berdekatan dengan tempat keramaian yang sering dilalui banyak orang. Selain itu, kami juga akan melakukan strategi pemasaran online, melalui website dan instagram.

Hasil penelitian yang dilakukan menggambarkan bahwa kue gapit ibu Robiah telah sampai dinikmati di luar negeri. Beberapa Negara yang telah dituju diantaranya Abu Dabi, Qathar, dan Taiwan. Cara pemasaran yang digunakan sehingga kue gapit tersebut sampai ke luar negeri adalah kerjasama dengan para TKI – Tenaga Kerja Indonesia- yang pada saat pulang mereka membawa kue gapit tersebut. Hal hasil kue gapit tersebut merambah ke mancanegara.

Selain pemasaran ke beberapa negara tersebut, pemasaran kue gapit pun dilakukan dengan memasok ke pasar-pasar tradisional di wilayah Cirebon. Di antara pasar yang dipasok adalah Pasar Plered di Plered Cirebon, Pasar minggu di Palimanan-Cirebon, Pasar Kanoman di Cirebon, dan beberapa pasar kue lainnya. Dari hasil yang dilakukan dalam hal pemasaran berdampak pada peningkatan produksi. Hal ini dapat dilihat dari nilai produksi kue gapit dari bulan November sampai dengan Desember 2020. Produksi kue gapit bila di reratakan sehari dapat memproduksi sekira 50 kg. tercatat pada bulan November produksi sekira 1,5 ton kue gapit. Data ini mengalami peningkatan pada bulan Desember yaitu menjadi 1,7 ton produksi kue gapit. Hal ini tentu mempengaruhi omzet penjualan.

Semakin baiknya omzet penjualan dalam 2 bulan tersebut akhirnya berdampak pada kebutuhan karyawan dalam produksinya. Tercatat ada lima orang karyawan yang dipekerjakan. Diantara

karyawan tersebut kelimanya berasal dari tetangga atau warga sekitaran. Ini tentunya mendorong bahwa produksi kue gapit ibu Robiah di Weru Lor memiliki pengaruh pada masyarakat sekitar terutama pada peningkatan ekonomi.

Beberapa kendala yang peneliti lihat dan dapati selama observasi tersebut diantaranya permodalan. Pada dasarnya usaha kue gapit Ibu Robiah mempunyai peluang untuk berkembang, namun ada beberapa hal yang menghambat berkembangnya usaha tersebut. Imbas dari pendanaan yang kurang berakibat pada nilai produksi yang masih sangat sederhana. Penggunaan alat yang masih sederhana dan kemasan yang masih sederhana.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menghasilkan beberapa simpulan. Diantaranya bahwa produksi kue gapit pada toko Ibu Robiah telah dinikmati oleh mancanegara. Bukan hanya dinikmati di dalam negeri namun di luar negeripun telah dapat meninkmatinya. Hal ini karena adanya pada Tenaga Kerja Indonesia yang bekerja di luar negeri seringkali membeli/berbelanja kue gapit untuk dibawa ke Negara mereka bekerja. Selain pemasaran keluar negeri namun tidak dilaupkan juga pemasaran apda dalam negeri itu sendiri. Pemasaran yang dilakukan dengan membuka outlet-outlet di beberapa pasar local, diantaranya pasar Kanoman, Pasar Minggu, Pasar Plered, dan Pasar kue. Dari strategi ini mengantarkan pada peningkatan omzet penjualan. Peningkatan omzet tersebut dibarengi dengan kebutuhan karyawan yang mulai banyak. Hal ini tercatat sebanyak lima karyawan yang diperkerjakan dan merupakan warga sekitar. Hal ini lah yang membuat toko kue gapit Ibu Robiah memiliki pengaruh pada peningkatan ekonomi warga sekitar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amaliyah, N. (2017). *Penyehatan Makanan Dan Minuman-A*. Deepublish.
- Bakhri, S., Abdul Aziz, A. Z., & Khulsum, U. (2019). Analisa SWOT untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *dimasejati: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 64-80.
- D Kasali, Rhenald dkk. 2012. *Kewirausahaan*. Hikmah : Jakarta....
- Harijono Susanto. 2008. Studi Penggunaan Proporsi Tepung (Sorgum Ketan Dengan Beras Ketan) Dan Tingkat Kepekatan Santan Yang Berbeda Terhadap Kualitas Kue Semprong. *Jurnal Natur Indonesia*10(1): 36-25.
- Khikmawati, N. F. (2013). *Kualitas kue gapit dengan komposit tepung ubi ungu* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Kumorohadi, Untung & Nurhayati. 2010. "Analisis Kualitas Pembinaan dan Pengembangan Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa". Unsuud : Purwokerto.
- Meredith, G. Geoffrey et al. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. PT Pustaka Binaman Pressindo : Jakarta.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan*. Salemba 4 : Jakarta.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).