

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN

“El-Gelato”

Pada bab ini membahas gambaran umum dari klien yang menjadi objek karya bidang. Pembahasan ini akan mencakup beberapa aspek seperti deskripsi gambaran umum klien, produk atau layanan dari klien, deskripsi *stakeholder* internal maupun eksternal, dan usulan – usulan program yang dilaksanakan untuk mendukung hubungan dengan para *stakeholder*. Maka dari itu, dengan penjelasan – penjelasan tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap klien yang menjadi fokus karya bidang yaitu El–Gelato, sebuah brand gelato asal Semarang.

2.1 Gambaran Umum Klien

El-Gelato adalah *brand* gelato asal Semarang yang didirikan pada tahun 2023 dengan *tagline* "Gelatonya Kita Semual!". Dengan komitmen tinggi untuk menyajikan pengalaman rasa yang unik dan memuaskan melalui berbagai varian gelato berkualitas. Bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan pilihan dan proses produksi yang higienis, El-Gelato hadir sebagai pilihan utama bagi pencinta gelato di Semarang.

Visi dari El-Gelato adalah menjadi *brand* gelato terdepan di Indonesia yang dikenal dengan inovasi rasa dan pengalaman pelanggan yang istimewa. Untuk mencapai visi tersebut, El-Gelato memiliki beberapa misi, yaitu menyajikan gelato berkualitas tinggi dengan bahan-bahan alami dan segar, menciptakan pengalaman kuliner yang menyenangkan bagi semua usia, mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif untuk meningkatkan *brand awareness*, serta berkontribusi pada komunitas dengan berbagai event kreatif dan kolaboratif.

El-Gelato memiliki beberapa keunggulan, antara lain bahan berkualitas yang menggunakan bahan alami dan segar untuk menghasilkan rasa autentik, varian rasa unik yang disukai berbagai kalangan, lokasi strategis yang berada di pusat perbelanjaan dan destinasi wisata yang mudah dijangkau, serta aktivasi *brand* yang menarik dengan *event* kreatif yang memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Saat ini, El-Gelato memiliki beberapa gerai yang berlokasi di titik-titik strategis di Semarang, antara lain The Park Semarang, Dusun Semilir, dan Koeta Toea Resto. Dalam menjalankan bisnisnya, El-Gelato menerapkan strategi pemasaran online dan offline untuk menjangkau audiens lebih luas. Pemasaran digital dilakukan melalui promosi di Instagram dan media sosial lainnya untuk meningkatkan *engagement* dan *awareness*. Selain itu, El-Gelato aktif dalam *event* kuliner & *sponsorship*, seperti berpartisipasi dalam berbagai festival kuliner serta mensponsori tim voli Ivoba melalui penempatan logo pada jersey dan promosi di media sosial. Namun, akun Instagram El-Gelato kurang aktif, dengan postingan terakhir pada Juni 2024 akibat kekosongan staf media sosial. Hal ini berdampak pada rendahnya *awareness*, terlihat dari jumlah followers yang stagnan di angka 1.372.

2.2 Produk El – Gelato

El-Gelato adalah bisnis yang bergerak di industri *Food and Beverage* (F&B) dengan fokus utama pada pembuatan dan penjualan gelato *handmade* berkualitas tinggi. Sebagai produk andalan, gelato yang ditawarkan hadir dalam berbagai varian rasa yang dirancang untuk memenuhi selera beragam konsumen. Beberapa varian klasik yang menjadi favorit pelanggan antara lain El Vanilla, El Cokelat, dan El Strawberry, yang menghadirkan cita rasa otentik dan kaya akan kelezatan. Selain itu, El-Gelato juga menghadirkan inovasi rasa unik yang semakin memperkaya pilihan bagi pecinta gelato, seperti El Vanilla Caramel yang menawarkan perpaduan manis dan gurih, El Cheese Regal yang menggabungkan kelezatan keju dengan renyahnya biskuit Regal, serta El bubblegum yang memadukan rasa permen karet buah dengan kenyal dan manisnya marshmallow sebagai topping.

Setiap varian gelato diracik dengan cermat menggunakan bahan-bahan pilihan dan komposisi yang seimbang, menghasilkan cita rasa yang tidak terlalu manis tetapi tetap memberikan kesegaran serta kenikmatan optimal di setiap suapan. Keunggulan ini menjadikan El-Gelato sebagai pilihan *dessert* yang tidak hanya lezat, tetapi juga lebih ringan dan menyegarkan dibandingkan es krim konvensional.

Untuk terus beradaptasi dengan tren pasar dan selera pelanggan yang dinamis, El-Gelato secara rutin mengembangkan kreasi rasa baru dengan pendekatan inovatif. Melalui riset dan eksplorasi berbagai bahan, El-Gelato berupaya menghadirkan kombinasi rasa yang unik, menarik, dan selalu relevan dengan perkembangan selera masyarakat. Dengan strategi ini, El-Gelato tidak hanya berperan sebagai penyedia *dessert* berkualitas tinggi tetapi juga sebagai pelopor dalam menghadirkan tren rasa baru yang kreatif dan inovatif.

Sebagai *brand* yang berkomitmen terhadap kepuasan pelanggan, El-Gelato juga membuka kesempatan bagi konsumen untuk berpartisipasi dalam pemilihan varian rasa melalui survei dan uji coba rasa eksklusif. Dengan demikian, setiap inovasi yang dihadirkan benar-benar mencerminkan preferensi pelanggan, menjadikan El-Gelato sebagai pilihan utama bagi mereka yang mencari pengalaman menikmati gelato yang autentik, premium, dan selalu segar.

2.3 Stakeholder El-Gelato

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan pengembangan bisnis, El-Gelato melibatkan berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam mendukung keberlangsungan serta pertumbuhan usaha. Pihak-pihak ini dikenal sebagai *stakeholder*, yang terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. Setiap kelompok *stakeholder* memiliki kepentingan serta kontribusinya masing-masing dalam memastikan kelangsungan bisnis El-Gelato tetap berjalan optimal dan terus berkembang.

2.3.1 Stakeholder Internal

Stakeholder internal merupakan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses pengelolaan bisnis serta pengambilan keputusan strategis di dalam perusahaan. Pada tahap perkembangan saat ini, *stakeholder* internal El-Gelato hanya terdiri dari *owner* atau pemilik bisnis. Sebagai pemilik, *owner* memegang peranan yang sangat krusial dalam mengawasi dan mengendalikan berbagai aspek operasional bisnis, mulai dari perencanaan strategi, produksi, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan. Selain itu, *owner* juga bertanggung jawab dalam menjaga kualitas produk agar tetap konsisten, melakukan inovasi untuk menghadirkan

varian rasa baru yang menarik, serta menjalin hubungan baik dengan berbagai *stakeholder* eksternal guna memperluas jangkauan bisnis.

Lebih dari sekadar pemimpin bisnis, *owner* juga berperan sebagai pengambil keputusan utama, yang menentukan arah serta strategi pertumbuhan perusahaan. Keberhasilan El-Gelato sangat bergantung pada visi, kreativitas, serta kemampuan *owner* dalam membaca peluang pasar dan menghadapi tantangan bisnis. Dengan kepemimpinan yang kuat dan strategi yang matang, El-Gelato dapat terus berkembang dan bersaing di industri kuliner, khususnya dalam segmen *dessert* berbasis gelato.

2.3.2 Stakeholder Eksternal

Stakeholder eksternal adalah pihak-pihak di luar perusahaan yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap operasional bisnis El-Gelato, baik secara langsung maupun tidak langsung. Keberadaan mereka sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha, terutama dalam aspek pemasaran, distribusi, serta penguatan *branding*. Adapun *stakeholder* eksternal yang berperan penting dalam ekosistem bisnis El-Gelato meliputi:

2.3.2.1 Konsumen

Konsumen merupakan *stakeholder* eksternal yang paling berpengaruh dalam perkembangan bisnis El-Gelato. Kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi indikator utama kesuksesan usaha, karena tanpa adanya konsumen yang puas, bisnis tidak akan bertahan lama. Oleh karena itu, El-Gelato selalu berkomitmen untuk menghadirkan produk dengan kualitas terbaik, menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi serta teknik produksi yang menghasilkan gelato dengan tekstur lembut dan cita rasa autentik.

Selain kualitas produk, pelayanan pelanggan juga menjadi prioritas utama. El-Gelato memastikan setiap konsumen mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, mulai dari penyajian produk yang menarik, keramahan dalam pelayanan, hingga kenyamanan dalam menikmati gelato. Untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan inovasi produk, El-Gelato secara aktif mengumpulkan umpan balik dari pelanggan melalui survei, ulasan di media sosial, serta interaksi langsung di toko. Masukan dari konsumen ini menjadi dasar penting

dalam pengembangan varian rasa baru, perbaikan layanan, serta strategi pemasaran yang lebih efektif.

2.3.2.2 Gerai El-Gelato

El-Gelato telah melebarkan sayapnya dengan membuka beberapa cabang di lokasi strategis untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan menghadirkan pengalaman menikmati gelato berkualitas tinggi. Saat ini, El-Gelato memiliki cabang yang berlokasi di The Park Semarang, Dusun Semilir, dan Koeta Toea Resto, masing-masing dengan keunikan dan daya tarik tersendiri.

Cabang The Park Semarang terletak di pusat perbelanjaan modern yang ramai dikunjungi oleh keluarga, anak muda, dan wisatawan. Dengan suasana yang nyaman dan desain interior yang menarik, cabang ini menjadi tempat yang ideal bagi pelanggan yang ingin menikmati gelato sambil berbelanja atau bersantai. Outlet El-Gelato yang berada di lantai 2 mall berdekatan dengan area Kids Station yang menjadi faktor pendukung terhadap keluarga yang kerap berada di area tersebut. Selain itu, lokasi ini juga memudahkan akses bagi masyarakat urban yang ingin mencicipi berbagai varian rasa gelato dari El-Gelato.

Sementara itu, cabang Dusun Semilir menghadirkan pengalaman berbeda dengan konsep alam dan budaya yang kental. Terletak di destinasi wisata populer, cabang ini menarik perhatian pengunjung yang ingin menikmati gelato khas Italia dengan latar pemandangan indah dan udara segar. Dengan konsep terbuka dan desain yang menyatu dengan lingkungan sekitar, El-Gelato di Dusun Semilir menjadi pilihan yang tepat bagi wisatawan yang mencari camilan segar setelah berkeliling area wisata.

Terakhir, cabang Koeta Toea Resto hadir sebagai bagian dari restoran bernuansa klasik yang mengusung konsep perpaduan antara kuliner tradisional dan modern. Kehadiran El-Gelato memberikan nilai tambah bagi pengunjung yang ingin menutup hidangan dengan pencuci mulut yang manis dan menyegarkan. Dengan nuansa yang lebih tenang dan eksklusif, cabang ini menjadi favorit bagi pelanggan yang menginginkan suasana makan yang lebih elegan.

Dengan keberadaan di tiga lokasi strategis ini, El-Gelato semakin memperkuat posisinya sebagai merek gelato yang berkualitas dan mudah dijangkau

oleh berbagai kalangan. Setiap cabang menawarkan pengalaman unik yang sesuai dengan karakteristik tempatnya, sehingga pelanggan dapat menikmati gelato dengan cara yang berbeda di setiap lokasi.

2.3.2.3 Sponsorship

Sebagai bagian dari strategi pemasaran dan peningkatan *brand awareness*, El-Gelato aktif melakukan *sponsorship* dengan berbagai pihak. Salah satu bentuk *sponsorship* yang dijalankan adalah kerja sama dengan tim voli Ivoba, di mana El-Gelato menempatkan logonya pada jersey tim. Melalui kolaborasi ini, El-Gelato tidak hanya mendukung perkembangan olahraga lokal tetapi juga memperluas jangkauan *brand* kepada para penggemar voli. Selain itu, promosi melalui Instagram menjadi bagian dari strategi digital El-Gelato dalam memperkenalkan kerja sama ini kepada audiens yang lebih luas, sehingga meningkatkan *exposure* merek secara online.

Selain bekerja sama dengan tim olahraga, El-Gelato juga berpartisipasi dalam berbagai *event* kuliner sebagai sponsor maupun peserta. Dengan menghadiri festival makanan dan bazar kuliner, El-Gelato dapat berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dan memberikan pengalaman mencicipi produk secara langsung. Keikutsertaan dalam *event-event* ini dianggap sebagai strategi yang efektif dalam membangun kedekatan dengan audiens serta memperkenalkan *brand* kepada masyarakat yang mungkin belum familiar dengan produk El-Gelato.

Melalui *sponsorship* dan partisipasi dalam berbagai kegiatan, El-Gelato terus memperkuat posisinya di industri kuliner dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Kombinasi antara promosi digital dan keterlibatan langsung dalam *event* menciptakan peluang bagi El-Gelato untuk memperluas pangsa pasar serta menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan potensial.

2.4 Usulan Program

Untuk meningkatkan *brand awareness*, El-Gelato menerapkan strategi *brand activation* dengan menghadirkan berbagai *event* offline yang melibatkan audiens secara langsung. Dua program utama yang dilakukan yaitu “Craft and Play with El-Gelato” dan “Poundfit x El-Gelato”.

Craft and Play merupakan *decorating class* untuk anak-anak yang bertujuan meningkatkan kreativitas dan keterampilan motorik halus mereka. Selain memberikan pengalaman interaktif, event ini juga memperkuat hubungan emosional audiens dengan brand melalui momen yang menyenangkan dan edukatif. Craft and Play dirancang dengan beragam aktivitas yang menyenangkan namun tetap memiliki nilai edukasi, seperti mengalami pengalaman eksplorasi rasa baru dengan berbagai varian unik, berpartisipasi dalam kompetisi dekorasi gelato yang kreatif, menikmati berbagai permainan interaktif yang seru, serta membangun kedekatan dengan orang tua melalui kegiatan bersama yang menyenangkan.

Poundfit x El – Gelato merupakan Kolaborasi yang menggabungkan olahraga PoundFit dengan pengalaman menikmati gelato. Event ini menargetkan keluarga dan individu yang menjalani gaya hidup sehat, sekaligus memperkenalkan El-Gelato sebagai produk yang bisa dinikmati setelah berolahraga. Dengan strategi ini, El-Gelato berupaya membangun citra sebagai gelato yang mendukung gaya hidup aktif dan sehat.

El-Gelato terus berkembang dan berinovasi dalam menghadapi persaingan industri gelato yang semakin ketat. Melalui optimalisasi pemasaran digital, partisipasi dalam event kuliner, dan brand activation yang interaktif, El-Gelato berkomitmen untuk menjadi pilihan utama bagi pencinta gelato di Semarang dan sekitarnya. Dengan strategi komunikasi yang berkelanjutan dan efektif, serta dapat mencapai pertumbuhan yang lebih signifikan di masa yang akan datang.