

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi gambaran umum klien yang meliputi produk atau layanan yang menjadi objek program, deskripsi stakeholder internal, serta program-program komunikasi yang telah dilaksanakan untuk membangun hubungan dengan para stakeholder. Dalam konteks ini, klien yang menjadi fokus adalah El-Gelato, sebuah brand gelato asal Semarang yang didirikan pada tahun 2023.

2.1 Gambaran Umum Klien

El-Gelato adalah *brand* lokal di bidang *Food and Beverage (F&B)* yang berdiri sejak 2023 di Kota Semarang. El Gelato memiliki fokus utama pada produksi dan penyajian gelato, yaitu es krim khas Italia yang dikenal dengan teksturnya yang lembut serta cita rasanya yang autentik dan berkualitas tinggi. Sebagai brand lokal, El Gelato berkomitmen untuk menghadirkan produk yang tidak hanya lezat tetapi juga dibuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi dan segar, sehingga menghasilkan gelato dengan rasa yang otentik dan tekstur yang lembut.

Dengan penggunaan *tagline* "Gelatonya Kita Semua!", El-Gelato berkomitmen menghadirkan gelato autentik dengan tekstur lembut, rasa unik, dan dibuat dari bahan-bahan segar tanpa pengawet. Produk ini dirancang agar dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, menghadirkan cita rasa khas Italia yang disesuaikan dengan selera lokal. Sejak berdiri, El-Gelato terus berinovasi dengan menghadirkan beragam varian rasa yang unik dan berkualitas.

Setiap produk dibuat secara *handmade* menggunakan bahan-bahan alami dan segar, tanpa tambahan bahan kimia berbahaya, sehingga menghasilkan gelato dengan rasa yang otentik dan tekstur yang lembut. Komitmen terhadap kualitas ini menjadi salah satu upaya El-Gelato dalam menarik perhatian konsumen.

Dalam kurun waktu satu tahun, El-Gelato telah mengembangkan jaringan bisnisnya dengan membuka gerai di lokasi-lokasi strategis di Semarang, seperti The Park Mall, Dusun Semilir, dan Koeta Toea Resto. Ketiga lokasi ini tidak hanya menjadi titik penjualan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai pusat produksi konten

media sosial, seperti video kampanye dan konten interaktif yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Strategi pemasaran El-Gelato menggabungkan pendekatan *digital* dan konvensional. Di ranah digital, perusahaan memanfaatkan media sosial, yaitu Instagram, untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Namun, pengelolaan media sosial yang kurang aktif menjadi tantangan tersendiri, terbukti dari jumlah followers Instagram yang hanya mencapai 1.372. Di sisi lain, strategi konvensional dijalankan melalui ekspansi gerai offline di pusat-pusat perbelanjaan dan partisipasi dalam berbagai event kuliner untuk meningkatkan eksposur merek.

Meski menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran merek di Semarang, El-Gelato terus berupaya memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisinya di industri gelato lokal. Dengan mengedepankan inovasi produk, menjaga kualitas, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih aktif dan terstruktur, El-Gelato diharapkan dapat menjadi salah satu pionir dalam industri gelato di Indonesia.

2.2 Produk El Gelato

Sebagai sebuah bisnis yang bergerak dibidang *Food and Beverage (F&B)*, tentunya El Gelato mempunyai produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen. Produk utama yang ditawarkan oleh El Gelato merupakan gelato *handmade* dengan berbagai varian rasa yang dapat memenuhi selera konsumen. Beberapa rasa klasik yang menjadi varian rasa unggulan dari El Gelato yaitu El Vanilla, El Cokelat, dan El Strawberry. Selain itu, El Gelato juga menyediakan varian rasa khas yang lebih unik seperti El Vanilla Caramel, El Cheese Regal, dan El Oreo. Setiap varian rasa diracik menggunakan komposisi bahan yang seimbang, sehingga menciptakan rasa yang tidak terlalu manis namun tetap memberikan kesegaran dan kenikmatan yang optimal.

Dalam upaya untuk terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar, El Gelato secara rutin mengembangkan kreasi rasa baru yang disesuaikan dengan tren dan preferensi pelanggan. Dengan pendekatan ini, El Gelato tidak hanya menjadi penyedia dessert berkualitas tetapi juga menjadi pelopor dalam menghadirkan rasa-

rasa baru yang kreatif dan inovatif.

2.3 Stakeholder El Gelato

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan pengembangan bisnis, El Gelato melibatkan berbagai pihak yang berperan sebagai stakeholder. *Stakeholder* ini dibagi menjadi dua kelompok utama, yaitu *stakeholder internal* dan *stakeholder eksternal*. Setiap stakeholder memiliki peranan penting dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan El Gelato.

2.3.1 Stakeholder Internal

Stakeholder internal adalah pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan strategis dalam perusahaan. Pada El Gelato, *stakeholder internal* hanya terdiri dari *owner* atau pemilik bisnis. *Owner* memegang peranan yang sangat krusial dalam seluruh aspek operasional, mulai dari perencanaan bisnis, produksi, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan. *Owner* juga bertanggung jawab dalam menjaga kualitas produk, mengembangkan inovasi, serta menjalin hubungan baik dengan stakeholder eksternal. Peran *owner* sebagai pemimpin dan pengambil keputusan utama menjadikan keberhasilan El Gelato sangat bergantung pada kemampuan dan visi strategis yang dimilikinya.

2.3.2 Stakeholder Eksternal

Stakeholder eksternal adalah pihak-pihak di luar perusahaan yang memiliki hubungan dan kepentingan dengan El Gelato, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada El Gelato, stakeholder eksternal terdiri dari:

1. Konsumen, Konsumen merupakan *stakeholder* eksternal yang paling berpengaruh dalam perkembangan El Gelato. Kepuasan dan loyalitas konsumen menjadi indikator utama keberhasilan bisnis ini. Oleh karena itu, El Gelato selalu berupaya untuk memberikan produk berkualitas tinggi, pelayanan yang ramah, dan pengalaman yang menyenangkan bagi setiap pelanggan. Umpan balik dari konsumen juga menjadi masukan penting untuk mengembangkan inovasi produk dan meningkatkan kualitas layanan.
2. Gerai El Gelato, Gerai El Gelato adalah mitra yang berperan dalam menyajikan produk secara langsung kepada pelanggan. Mereka menjadi

wajah perusahaan di mata konsumen, sehingga kualitas layanan, kebersihan, dan kenyamanan gerai sangat berpengaruh terhadap citra brand. Kolaborasi antara manajemen pusat dan gerai sangat penting untuk memastikan standar operasional terpenuhi dengan baik.

3. *Sponsorship*, El Gelato sering melakukan kegiatan *sponsorship*, yaitu memberikan dukungan kepada *brand* ataupun *event*. Salah satu contohnya adalah kerja sama dengan tim voli asal Semarang bernama Ivoba. Bentuk *sponsorship* ini meliputi penempatan logo El Gelato pada jersey tim voli Ivoba serta promosi melalui postingan konten Instagram Story di akun Instagram Ivoba. Kolaborasi seperti ini membantu memperluas jangkauan *brand* dan mempererat hubungan dengan komunitas lokal.

2.4 Usulan Program

Dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* El Gelato, disusunlah dua program utama yaitu "Craft and Play" dan "PoundFit with El Gelato". Program "Craft and Play" dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta, khususnya keluarga, yang merupakan target pasar utama El Gelato. *Event* ini diadakan untuk memperlihatkan produk-produk El Gelato melalui aktivitas kreatif yang melibatkan anak-anak dan keluarga. Berdasarkan hasil riset, sebanyak 49,2% atau setara dengan 59 responden menyatakan lebih menyukai acara yang diselenggarakan di dalam ruangan. Selain itu, dari total 76 responden, sebanyak 82,9% atau 63 responden memilih kegiatan kreatif sebagai aktivitas yang paling diminati untuk acara anak. Oleh karena itu, program "Craft and Play" menjadi sarana strategis untuk memperkenalkan dan memperkuat citra El Gelato di kalangan keluarga.

Sementara itu, program "PoundFit with El Gelato" dirancang untuk menyasar keluarga yang menyukai aktivitas olahraga. Berdasarkan hasil riset, sebanyak 51,2% atau 21 responden memilih kegiatan olahraga sebagai aktivitas favorit yang dilakukan bersama keluarga, dan sebanyak 71,1% atau 27 responden menyatakan bahwa olahraga adalah aktivitas yang paling diminati dalam acara keluarga. Dengan mengadakan PoundFit, El Gelato tidak hanya mengajak masyarakat untuk hidup sehat tetapi juga mengkomunikasikan bahwa produk gelato

yang mereka tawarkan adalah pilihan *dessert* yang sehat dan berkualitas. Melalui program ini, El Gelato berharap dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk sekaligus memperluas jangkauan pasar dan memperkuat *brand awareness*.