

PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI “IVORIE’S CAKE”

Fanuel Ezry Aprilyan Haryana¹, Hendro Aryanto², Bernadette Dian Arini Maer³

1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra, Jl.

Siwalankerto 121 – 131, Surabaya

Email: ezry.fanuel09@gmail.com

Abstrak

Ivorie’s Cake adalah sebuah toko kue di Surabaya yang menggunakan sistem penjualan yaitu online dengan menggunakan sosial media. Kue-kue yang dijual banyak macamnya seperti toko kue pada umumnya dan produk yang menjadi kue utama yaitu cake fondant. Dengan banyaknya toko kue yang sudah lama berdiri lalu berpengalaman dan sudah memiliki banyak pelanggan, Ivorie’s Cake sangat susah untuk melakukan persaingan dengan pesaingnya. Maka dari itu Ivorie’s Cake ingin melakukan promosi dengan menggunakan website, supaya bisa menarik minat pelanggan yaitu wanita muda yang tidak ingin repot dan tidak memiliki banyak waktu untuk membeli sebuah kue. Semoga untuk jangka panjangnya Ivorie’s Cake bisa berkembang dan menjadi produk yang memiliki cirikhas yang membedakan dengan produk pesaingnya.

Kata kunci: Ivorie’s Cake, Promosi, Website, Kue, Strategi.

Abstract

Title: “Ivorie’s Cake” Promotion Strategy Design

‘Ivorie’s Cake’ is a cake shop in Surabaya that sells their product through social media. It sells almost the same kind of cakes like many of its competitors, but with fondant cake as the main product. Because a lot of cake shops have been well-established with many regular customers, it is very difficult for ‘Ivorie’s Cake’ to compete with its competitors. Therefore, ‘Ivorie’s Cake’ would like to promote their business by creating a website, designed to provide online buying experience to attract the interest of customers mainly young women who wants to be practical and do not have much time to buy a cake. Hopefully in the long term ‘Ivorie’s Cake’ can develop further and made a products that has distinguishing characteristics from its competing products.

Keywords: Ivorie’s Cake, promotion, website, cake, strategy

Pendahuluan

Bisnis merupakan kegiatan dimana terjadi aktivitas jual beli baik barang maupun jasa yang tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan keuntungan atau laba (Pengertian Bisnis: Tujuan, Fungsi, dan Macam-Macam Bisnis, t.thn.). Di era modern ini, teknologi yang maju menyebabkan banyaknya bisnis *online* bermunculan. Bisnis online sendiri merupakan segala jenis usaha atau bisnis yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan fasilitas jaringan internet (Rofik, 2019). Salah satu alasan berkembangannya bisnis *online* dikarenakan semakin majunya teknologi, perkembangan bisnis *online*

mempermudah orang-orang untuk melakukan segala sesuatu termasuk dalam bidang jual beli. Orang-orang yang ingin memulai bisnis tidak perlu repot seperti membuka toko dan berjualan secara *offline*, selain itu orang-orang yang ingin membeli juga tidak perlu repot pergi menghampiri toko untuk membeli sesuatu yang dibutuhkan dan yang diinginkan.

Dengan kemudahan yang disediakan oleh adanya internet dengan berbisnis secara *online*, bisnis *online* yang saat ini menjadi sangat berkembang pesat dikota-kota di Indonesia salah satunya adalah bisnis kuliner. Dikota besar seperti kota Surabaya adalah salah satu tempat munculnya bisnis-bisnis kuliner yang sudah berkembang dan maju di era modern ini. Bisnis kuliner adalah peluang usaha yang menjanjikan bagi pelaku-pelaku bisnis, membuat

bisnis kuliner ini tidak pernah berkurang peminatnya, karena bisnis kuliner salah satu usaha yang tidak akan habis dimakan zaman, karena setiap waktu manusia membutuhkan makanan untuk hidup. Maka peluang ini harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menciptakan bisnis kuliner yang membawa keuntungan bagi pelaku wirausaha jika membangun bisnis kuliner (M, 2013)

Salah satu bisnis online yang ada dalam bidang kuliner yaitu Ivorie's Cake, yang merupakan toko kue yang menjual berbagai macam kue melalui media sosial Instagram. Awal mula usaha ini terbentuk pada tahun 2016, dan pada awalnya Ivorie's Cake menjual berbagai kue seperti kue bolu, spiku, brownies, snack pisang bolen, cheese cake, dan blackforest. Namun saat ini jenis-jenis kue ini sudah jarang dibeli, sehingga hanya menerima request saja jika ada pembeli yang memesan. Pemilik usaha ini menjalankan usahanya di rumahnya sendiri dan menerima pesanan melalui media sosial dengan pengerjaan 3-5 hari kerja sehingga pelanggan tidak bisa langsung membeli on the spot. Usaha ini masih berlanjut sampai saat ini dan salah satu produk terbaru dan paling diminati saat ini merupakan cake fondant. Cake fondant yang dijual terdiri dari beberapa variasi, yaitu kue tart dengan desain 3D atau 2D, cupcake dan juga mini cake. Harga jual cake fondant ini berkisar antara Rp. 190.000 hingga Rp. 400.000, namun harga bisa kurang maupun lebih tergantung dari desain yang diminta pelanggan. Bentuk dari cake fondant biasanya berupa karakter-karakter kartun dan bentuk-bentuk lainnya yang dapat dicustom sendiri sesuai dengan keinginan dan selera pembeli. Cake fondant memiliki berbagai macam pilihan rasa yaitu, vanilla, chocolate (best seller), oreo, matcha, dan spiku. Dibandingkan dengan kompetitornya, Ivorie's Cake memiliki keuntungan dalam harga jualnya yang tergolong cukup terjangkau untuk cake yang desainnya dapat dicustom sendiri. Selain itu, pemilik Ivorie's Cake juga mampu mengerjakan berbagai macam desain karena memiliki tingkat keterampilan yang tinggi dan juga detail dalam pengerjaannya, sehingga sangat mudah dalam menerima pesanan yang susah sekalipun. Pembeli biasanya membeli kue Ivorie's Cake untuk diberikan kepada orang lain, misalnya kepada keluarga, anak-anak, teman, pacar dan sebagainya. Dari membeli kue Ivorie's Cake sendiri, pembeli sebenarnya bertujuan untuk membuat hubungan dengan orang lain menjadi lebih dekat. Hal ini sesuai dengan motto yang dimiliki Ivorie's Cake, yaitu "*The Sweet Things Can Change Your Mood.*" Ivorie's Cake sudah berjalan selama 4 tahun dan sudah dikenal oleh beberapa kalangan masyarakat. Namun sampai saat ini Ivorie's Cake masih banyak membutuhkan inovasi baru untuk mampu

mengembangkan bisnisnya, dikarenakan banyak pesaing-pesaing yang menawarkan produk yang mirip dengan produk Ivorie's Cake. Maka dari itu dari berbagai pertimbangan Ivorie's Cake membutuhkan suatu perencanaan yang matang, untuk merencanakan pengembangan produk yaitu dengan cara menggunakan business plan. Dengan melakukan business plan pada produk, maka dapat membuat suatu rencana bisnis baru untuk kedepannya yang dapat membuat suatu perbedaan dengan produk pesaing yang dapat menjual, sehingga bisa membuat produk dapat bersaing dengan para pesaing. Dan juga penambahan visual branding pada desain logo, sosial media, pemasarannya juga seperti website, dan kemasan.

Rumusan Masalah

Bagaimana *experience* yang tepat untuk mengembangkan bisnis *Ivorie's Cake*?

Tujuan Perancangan

Untuk menemukan *experience* yang tepat untuk mengembangkan bisnis *Ivorie's Cake*.

Metode Penelitian

Berikut adalah data-data yang diperlukan peneliti dalam menggunakan beberapa metode perancangan beberapa diantaranya sebagai berikut:

Data Primer

Data primer bisa didapatkan dari hasil mewawancarai pemilik usaha Ivorie's Cake awal mula usaha hanya dari hobi dan ternyata bisa berkembang sampai saat ini, tapi pemilik sendiri mempunyai keinginan supaya produknya ini bisa menjadi lebih dikenal dan mempunyai ciri khas tersendiri. Bisa dilihat melalui sosial media terutama Instagram Ivorie's Cake, ada hasil-hasil testimoni dari pembeli yang senang dengan kue dari Ivorie's Cake. Contoh-contoh kue hasil pesanan pembeli-pembeli bisa dilihat pada sosial media Ivorie's Cake yang membuat pembeli mudah memilih kue yang akan dibeli.

Data Sekunder

Data sekunder bisa didapatkan dengan mencari dan membaca mengenai hal-hal tentang business plan untuk menemukan inovasi baru untuk Ivorie's Cake.

Data-data tersebut dapat didapatkan dengan berbagai metode, namun untuk perancangan ini metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

Wawancara

Bertemu langsung dengan pemilik *Ivorie's Cake*, menanyakan dari pertama kali mempunyai ide untuk membuka usaha sendiri lalu yang awalnya hanya dari hobi menjadi usaha yang ternyata sampai sekarang bisa berjalan dan bahkan mendapat tambahan

pelanggan baru. Lalu dari pelanggannya yang menyukai kue-kue lucu dan cocok dengan kue dari *Ivorie's Cake* dan terus berlangganan untuk beli disetiap *event-event*.

Observasi

Dilakukan dengan mengunjungi langsung tempat pembuatan produk *Ivorie's Cake* dan kemudian mencermati hal-hal seperti langkah-langkah pembuatan produk, bahan-bahan yang digunakan, bagaimana mengemas produk, dan lain sebagainya.

Metode Analisa Data

Data-data yang diperoleh melalui analisis dengan cara wawancara dan juga observasi untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan setiap produk yang akan menggunakan metode SWOT, yang akan membandingkan dalam hal harga, rasa, dan lain sebagainya dari produk *Ivorie's Cake* dengan para kompetitornya seperti, Anita Spiku, Littlebite Cakery, dan Buttermilk Pastry. Dengan menggunakan metode SWOT, maka dapat ditemukan tiap keunggulan maupun kekurangan dari tiap produk yang dibandingkan. Selain itu akan digunakan juga metode 7P, metode ini digunakan agar dapat mengenali semua alat pemasaran yang dimiliki oleh *Ivorie's Cake*.

Identifikasi dan Analisis Data

Tinjauan Literatur Strategi Bisnis

Pengertian Strategi Bisnis

Strategi adalah yang berasal dari kata Yunani *strategia* yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan pengertian ini, maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangan. *Strategia* dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejadian atau peristiwa dan juga untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua (1989) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Lalu definisi dari strategi adalah cara untuk mencapai sebuah tujuan jangka panjang.

Bisnis secara umum merupakan kegiatan dalam masyarakat berkaitan dengan industri. Dalam aktivitas bisnis berusaha menggunakan sumber daya manusia, material dan waktu, mengelola risiko; pihak yang menjalankan

kegiatan bisnis disebut wirausaha (entrepreneur). Menurut beberapa ahli mengenai bisnis,

- Boone dan Kurtz: Bisnis (business) terdiri atas seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi sistem perekonomian.
- Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl mengartikan entrepreneurship (bisnis) sebagai suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu value dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh banyak orang.
- Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Sedangkan pengertian dasar bisnis adalah suatu pelayanan melalui jual-beli suatu barang (the buying and selling of goods and service).

Strategi bisnis terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan bisnis. Kata strategi bisa diartikan sebagai siasat atau ilmu perang. Kata strategi bisa dihubungkan dengan kata lainnya, seperti strategi bisnis, strategi perang, strategi belajar, strategi komunikasi, strategi pemasaran dan masih banyak lainnya. Sedangkan bisnis bisa diartikan sebagai usaha, dagang dan bekerja untuk mencari keuntungan. Maka, dapat difahami strategi bisnis adalah siasat dalam berdagang. Kesimpulannya bahwa strategi bisnis adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan atau bidang usaha yang meliputi aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen guna memperoleh profit (Qomariyah, 2019).

Tinjauan Promosi

Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata bahasa Inggris *promote* yang berarti meningkatkan atau mengembangkan. Pengertian tersebut jika digunakan dalam bidang penjualan berarti alat untuk meningkatkan omzet penjualan, dan ada dua point penting yaitu yang pertama produsen yang melakukan kegiatan untuk menginformasikan produk atau jasa, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan para konsumen untuk tidak melupakan produk, dan yang kedua yaitu konsumen yang bertugas untuk melakukan komunikasi antara produsen dan konsumen. Pengertian promosi berdasarkan para ahli:

- Sistaningrum – 2002
Promosi, suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan

pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.

- Swastha - 1991
Promosi, arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
- Rambat Lupiyoadi - 2006
Promosi, variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Jadi kesimpulannya tujuan dari promosi adalah untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Tidak juga sekedar berkomunikasi tapi dari komunikasi itu mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para pelanggan bersedia memilih dan memiliki produk. (Setiawan, 2020)

Pengertian USP & Positioning

USP atau *Unique Selling Proposition* adalah hal yang membedakan produk atau jasa dari para pesaing lainnya, hal yang membuat suatu produk atau jasa menjadi spesial dan unik (Arum, 2013). USP terdiri dari tiga komponen:

- *Unique*, hal ini membuat anda berbeda dari yang lain
 - *Selling*, membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan
 - *Proposition*, proposal atau usulan untuk diterima
- Menurut Rosser Reeves tahun 1940, bahwa menjadi semakin sulit untuk memasarkan produk karena persaingan yang semakin meningkat dan penetrasi pasar. Dia menyebut pasta gigi sebagai contoh, dalam bukunya "Reality in Advertising" dari 1961 Rosser Reeves menciptakan pembenaran teoritis untuk proposisi penjualan yang unik. Penulis berasumsi bahwa pengecer memberi pelanggannya "sales promise – janji penjualan" untuk produk atau layanan. Dengan menggunakan iklan, dengan kata lain, proposisi penjualan yang unik, ia memastikan penetrasi maksimum dengan janji ini untuk dijual (Hestanto, t.thn.).

Positioning adalah suatu tindakan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen (Utami, Mengenal Strategi Positioning Produk untuk Persaingan Bisnis, 2019). Sehingga, konsumen memahami dan

menghargai apa yang dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan para pesaingnya. Menurut Al Ries dan Jack Trout, *positioning* yaitu bukanlah apa yang pebisnis lakukan terhadap produk, tapi apa yang pebisnis lakukan terhadap benak konsumen, yaitu memposisikan produk dalam benak konsumen. Lalu menurut Fanggidae pada tahun 2006, menyatakan *positioning* adalah suatu strategi dalam kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan perbedaan, keuntungan, dan manfaat yang membuat konsumen selalu ingat dengan suatu produk (Rahmayanty, t.thn.).

Analisis Data

Ivorie's cake kedepannya akan semakin berkembang dan bisa bersaing dengan produk-produk pesaing dengan cara memperkuat dari segi promosi, dan bisa memperbanyak pelanggan dan pembeli.

Dibandingkan dengan kompetitornya, cake yang dijual oleh Ivorie's Cake memiliki kualitas desain yang tinggi karena menghasilkan bentuk yang rapi dan detail, selain itu bentuk-bentuk karakter yang dibuat sangat sesuai dengan gambar asli karakter tersebut. Meskipun begitu, hasil cake dari Ivorie's Cake memiliki bentuk yang simpel sehingga konsumen yaitu para remaja menjadi lebih tertarik oleh cake dari Ivorie's Cake dari pada produk kompetitor yang memiliki bentuk yang rumit dan dengan ukuran lebih besar. Dibandingkan dengan kompetitor lain harga cake dari Ivorie's Cake tergolong lebih murah dan terjangkau untuk konsumennya yaitu golongan anak muda.

Oleh karena itu akhirnya akan diputuskan untuk membuat sebuah website untuk Ivorie's Cake, karena konsumen-konsumen dari Ivorie's Cake adalah orang-orang yang umurnya masih muda yang mempunyai karakter menyukai cara-cara yang cepat dan praktis. Hal ini juga dikarenakan website bisa dipergunakan oleh siapa saja tanpa batasan waktu dan konsumen tidak harus menunggu lama balasan pesan dari produsen tentang *price list* dari toko kue tersebut.

Dan dari website konsumen bisa langsung melihat macam-macam menu kue yang dijual dan berapa saja harga dan lain sebagainya. Konsumen juga tidak terlalu sering membutuhkan kue untuk acara-acara seperti ulang tahun, maka dari itu website lebih cocok untuk dibuat dari pada aplikasi, dan juga mengenai logo Ivorie's Cake selama ini belum pernah didesain, maka akan didesain ulang dan disesuaikan dengan karakter TA-nya.

Positioning & USP *Ivorie's Cake*:

- Positioning: *Cake* untuk hadiah para anak muda
- USP: *Cake* yang memiliki bentuk desain yang mahal dengan harga terjangkau

Data Perusahaan & Kompetitor

Nama Produsen:
Diane Yudith

Pengelola Perusahaan:
Pemiliknya sendiri yaitu Diane Yudith, yang berdiri dari tahun 2016

Produk-produk yang Dipasarkan:
Kue bolu, spiku, *brownies*, *snack* pisang bolen, *cheese cake*, *blackforest*, *cupcake*, dan *cake fondant* (*best seller*)

Lokasi Perusahaan:
Jl. Rangka 1 No.79, Surabaya

Tujuan Kreatif

Pembeli bisa langsung melihat jenis kue yang dijual, harga/pricelist tiap kue dengan berbagai ukuran, selain itu bisa memilih rasa kue dan juga bagaimana kue akan dicustom. Mempermudah pembeli agar tidak perlu repot-repot bertanya kepada pemilik mengenai kue yang dijual, jadi bisa langsung pilih-pilih dan beli.

Strategi Kreatif

Isi Pesan (*What to Say*)

Konsumen yang membeli kue dari *Ivorie's Cake* bertujuan untuk menggunakan kue tersebut sebagai hadiah saat teman atau saudaranya yang sedang berulang tahun. Karena ulang tahun merupakan momen yang spesial, maka tentu saja konsumen ingin memberikan hadiah yang paling mereka suka. Oleh karena itu dengan custom cake konsumen bisa menyesuaikan desain dengan hal-hal yang disukai oleh teman atau kerabatnya. Saat ini *Ivorie's Cake* menerima pesanan dengan melalui sosial media, namun terkadang pesanan tidak dapat langsung diterima atau dilakukan apabila melalui media sosial. Oleh karena itu website dari *Ivorie's Cake* bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam membeli, karena kesibukan yang padat membuat konsumen menyukai hal-hal yang serba cepat yang praktis tanpa ribet. Jadi dengan cara memesan yang hanya perlu menuliskan data-data dan menyebutkan desain yang diinginkan, pesanan akan langsung tersampaikan kepada pihak produsen dan konsumen tidak perlu

menunggu balasannya. Selain itu konsumen juga dapat mengetahui proses pembuatan hingga pengiriman karena hal tersebut dapat dilacak apabila menggunakan website.

Bentuk Pesan (*What to Say*)

Memberikan promo kepada konsumen saat perayaan hari-hari tertentu, seperti perayaan natal, 17 Agustus, paskah, *valentine's* dan lain sebagainya. Dengan adanya promo konsumen pasti akan tertarik untuk membuka *website*.

Target Audiens

Ivorie's Cake memiliki target audiens yaitu wanita muda dan ibu muda yang berumur 17 hingga 30 tahun, tinggal di Surabaya dan memiliki SES A-B. Selain itu mereka merupakan orang-orang yang suka bersosialisasi dan ingin membahagiakan orang-orang terdekat. Jika mereka memiliki waktu luang, mereka akan berusaha untuk mendekati diri dan berkumpul dengan teman-teman atau keluarganya. Dan karena kesibukan yang padat membuat mereka menyukai hal-hal yang serba cepat yang praktis tanpa ribet.

Program Kreatif

Nama Domain

Ivorie's Cake akan menggunakan nama website yaitu, *ivoriescake.com*

Hosting

Sistem Server

Akan menggunakan Windows, karena dilihat dari pengguna Windows yang jauh lebih banyak maka dari itu supaya orang-orang yang akan mengakses tidak kesusahan dan menjadi mudah

Disk Space

Pada awal pembuatan website ini, disk space yang akan dipakai sebesar 500 Mb. Karena awal masa percobaan untuk melihat pelanggan yang akan menggunakan website apakah kedepannya akan semakin banyak, bila kedepannya semakin baik dan banyak pemakai dari website ini maka akan diupgrade lebih besar lagi disk spacenya.

Bandwidth

Dari perhitungan yang akan dilihat dari berapa banyak pembeli tiap bulannya, lalu berapa total halaman website yang akan dipakai, dan besaran bandwidth yang akan dipakai mencapai 2000Mb

Domains Allowed

Domains allowed yang akan digunakan yaitu, ivoriescake.com dan ivoriecake.com

Database

Jumlah database yang akan dimuat sebesar 200Mb

Struktur Desain Tampilan Website

Halaman

Yaitu, halaman katalog produk, about us, contact, location, promo dan sebagainya

Jumlah Halaman

Dari semua perhitungan karena banyak halaman untuk produk dan lainnya, jadi semua jumlah 12 halaman

Materi

Penjelasan mengenai semua produk yang dijual, dari semua yang pernah dijual. Jenis-jenis kue yang bisa dipilih, maupun desain yang ingin dipilih atau dicustom.

Alur Desain Interaktif

Home page menampilkan promo, jenis kue baru yang telah dibuat dan bestseller produk. Lalu produk page dan galeri page menampilkan kue-kue yang dijual dan pernah dibuat sebelumnya, selanjutnya custom page untuk mengirim desain kue ataupun membuat desain kue sendiri dan setelah itu mengisi data pemesanan dan keluar notif untuk proses lebih lanjut untuk pembuatan.

Unsur-unsur Interaktif dan Sistem Navigasi

Unsur Teks

Tulisan-tulisan yang akan menjelaskan sebuah gambar kue, lalu penjelasan untuk mengarahkan konsumen menuju halaman yang lain dan sebagainya

Unsur Gambar

Gambar-gambar yang akan dimasukkan ke dalam website yaitu, gambar produk kue-kue yang akan dijual dan juga beserta harganya, gambar hasil-hasil kue yang sudah dijual supaya bisa menjadi contoh dan gambaran untuk pembeli.

Unsur Visual Bergerak/Animasi

Digunakan saat perpindahan ke halaman selanjutnya, dan munculnya gambar-gambar dan tulisan pada halaman pertama misalnya

Sistem Navigasi

Unsur-unsur navigasi yang ada pada website beberapa diantaranya yaitu, tombol pada gambar produk-produk yang sudah pernah dibuat untuk bisa langsung dipesan, tombol pemesanan kue yang sedang promo agar langsung masuk pada pemesanan

Tone Color



Warna yang digunakan dalam website merupakan warna-warna yang cenderung hangat seperti warna kuning, orange, dan ungu. Warna-warna tersebut dipilih karena secara keseluruhan menunjukkan sebuah kesan yang nyaman, akrab, aman, hangat, ceria, dan kebahagiaan

Tipografi

The Bold Font (untuk header)

Antapani (untuk Sub Header)

Geo Sans Light (untuk bodycopy)

Penjaringan Ide Desain

Konsep Desain

Konsep perancangan ini berguna untuk mengembangkan usaha Ivorie's Cake dengan menggunakan sebuah website untuk promosi dan menentukan visual branding yang sesuai dengan konsep Ivorie's Cake.

Tujuan Desain

Semua itu bertujuan untuk memperkuat karakter dan mempromosikan

Ivorie's Cake, karena Ivorie's Cake sangat membutuhkan sebuah perkembangan untuk bisa bersaing. Dan menggunakan media yaitu website yang dapat membantu kegiatan promosi produk Ivorie's Cake.

Strategi Desain

Ivorie's Cake sebagai usaha yang mempunyai konsep untuk membuat pelanggannya bisa bertambah.

Program Desain

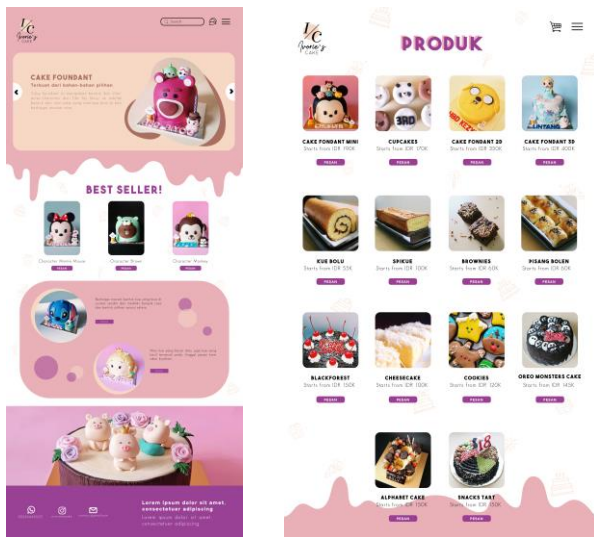
Dalam proses perancangan ini, Ivorie's Cake memerlukan adanya beberapa tahapan dan tujuan baik untuk jangka panjang.

Final Desain Logo

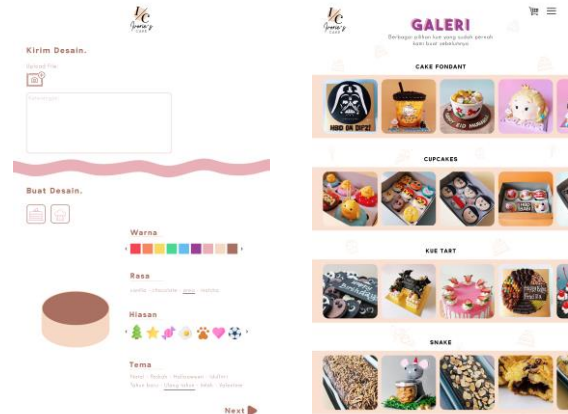


Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 1. Logo Ivorie's Cake

Final Desain Website



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 2. Home page & produk page



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 3. Galeri page & custom page

Media Pendukung

Selain website, ada beberapa media selain website yang dibuat untuk mendukung media utama. Beberapa media yang dibuat yaitu seperti media sosial, yaitu Instagram, paper bag dan packaging box, kartu nama, dan juga kartu ucapan. Instagram dibuat dan digunakan sedemikian rupa karena sebelum dibuat website dari Ivorie's Cake, media yang digunakan sebagai alat promosi oleh pemilik Ivorie's Cake adalah Instagram, sehingga konsumen dari Ivorie's Cake sendiri juga banyak yang menggunakan Instagram. Dari situ perlahan-lahan akan diadakan promosi untuk website dari Ivorie's Cake yang sudah dibuat. Kemudian karena produk yang dijual oleh Ivorie's Cake adalah kue, maka diperlukan packaging dari kue-kue yang dijual. Kartu nama dibuat agar pemilik dari Ivorie's Cake sendiri dapat melakukan promosi secara langsung kepada orang-orang apabila ingin diakukan. Dan kartu ucapan juga merupakan salah satu bentuk promosi, karena kue yang dibuat oleh Ivorie's Cake biasa diberikan kepada orang lain oleh pembeli, orang tersebut dapat mengetahui tentang Ivorie's Cake apabila mereka melihat logo yang ada di kartu ucapan tersebut.



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 4. Post Instagram Ivorie's Cake



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 5. Paper Bag Ivorie's Cake



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 7. Kartu Ucapan Ivorie's Cake



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 8. Packaging Box Ivorie's Cake



Sumber: Dokumentasi pribadi
Gambar 6. Kartu Nama Ivorie's Cake

Kesimpulan

Website Ivorie's Cake dirancang untuk menjawab permasalahan promosi untuk produk. Karena sudah banyak produk yang juga menjual kue yang sama dengan Ivorie's Cake, dan sistem penjualan yang hanya melalui chat dan kurang menggunakan sebuah promosi untuk menarik pelanggan. Dari permasalahan tersebut, Ivorie's Cake berinisiatif untuk melakukan perubahan dan inovasi untuk menjawab masalah-masalah tersebut. Melalui desain yang simple dan lucu, dapat menarik pelanggan dan bisa bersaing dengan produk lainnya.

Saran

Saran yang ingin disampaikan adalah untuk jangka panjangnya website ini dapat digunakan sebaik mungkin dan bisa memajukan bisnis dari Ivorie's

Cake.Selain itu kedepannya juga bisa berkembang membuat aplikasi dan juga membuat toko sendiri, karena perkembangan dari promosi melalui website ini.

Daftar Pustaka

- Arum. (2013, October 2). *Apakah itu USP (Unique Selling Proposition) ?* Retrieved from Business Lounge Journal: <https://www.blj.co.id/2013/10/02/apakah-itu-usp-unique-selling-proposition-2/>
- Hestanto. (n.d.). *Konsep Unique Selling Point Fitur Unik Persaingan Bisnis yang Ketat*. Retrieved from Hestanto personal website: <https://www.hestanto.web.id/konsep-unique-selling-point-fitur-unik-persaingan-bisnis-yang-ketat/>
- M, W. A. (2013, Februari 19). *Konsep Dasar Bisnis Kuliner*. Retrieved from Wartawirausaha: <http://wartawirausaha.com/2013/02/konsep-dasar-bisnis-kuliner/#axzz6GIXmhJeG>
- Melani, A. (2020, February 6). *Simokerto, Wilayah yang Penduduknya Terpadat di Surabaya*. Retrieved from Liputan 6 : <https://surabaya.liputan6.com/read/4172426/simokerto-wilayah-yang-penduduknya-terpadat-di-surabaya>
- Proyeksi Penduduk Kota Surabaya Menurut Jenis Kelamin dan Kelompok Umur Tahun 2019*. (n.d.). Retrieved from Badan Pusat Statistik Kota Surabaya: <https://surabayakota.bps.go.id/dynamictable/2018/04/18/23/proyeksi-penduduk-kota-surabaya-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur-tahun-2019.html>
- Qomariyah, S. (2019). *STRATEGI BISNIS*. Surabaya: Digital Library UIN Sunan Ampel.
- Rahmayanty, N. (n.d.). *Dunia Pemasaran dan Duniaku*. Retrieved from duniapemasaranglobal: <http://duniapemasaranglobal.blogspot.com/p/teori-teori-pemasaran.html>
- Setiawan, S. (2020, January 28). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Retrieved from GuruPendidikan.com: <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>
- Utami, N. W. (2019, July 3). *7 Konsep Marketing Mix yang Harus Anda Ketahui untuk Mengembangkan Bisnis*. Retrieved from Jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>

Utami, N. W. (2019, may 15). *Mengenal Strategi Positioning Produk untuk Persaingan Bisnis*. Retrieved from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-strategi-positioning-produk-untuk-persaingan-usaha/>